

► POLÍTICA FISCAL

Las indeseadas consecuencias de los anuncios del nuevo MEF (p. 14)

► ASOCIACIONES PÚBLICO PRIVADAS

Las pugnas ministeriales que le pusieron fin a la reforma (p. 36)

► INFRAESTRUCTURA

El nuevo entrampamiento burocrático del Anillo Vial Periférico (p. 16)



EXCLUSIVO

Negociación abierta

La venta de la subsidiaria del Grupo Romero no sólo no está cerrada. Hoy, existiría más de un postor sentado sobre la mesa de una negociación que recién ingresará a su recta final. El objetivo es cerrar el *deal* antes de que acabe el año. (p. 12)

Compartido gratuitamente por @DSφUγEρr

SEMANAeconómica

ESPECIAL

BIENESTAR CORPORATIVO

- Los hallazgos del primer Estudio de Felicidad en el Mundo Corporativo
- La urgente ruta del cuidado de los líderes organizacionales
- La nueva fórmula de las empresas para medir el bienestar
- La conexión extralaboral como pieza clave del balance

Contacto comercial: publicidad@se.pe

Cierre de publicación:
18 de junio

Fecha de publicidad:
22 de junio

SE Índice

1 de junio del 2025 | Año XXXVIII | No SE 1964

LA VOZ DE SE El gobierno quiere volver a cambiar la regla del déficit para acomodar más gasto sin considerar el impacto sobre la credibilidad de la política económica. 5

VOCES Y OPINIONES Ruben Sánchez, CEO de Grupo San Antonio 8

VOCES Y OPINIONES Javier Ichazo, CEO de Mibanco Perú y líder de Microfinanzas de Credicorp 10

SE DESTACA La venta de Primax no sólo no está cerrada. Hoy, existiría más de un postor en una negociación que recién se alista para entrar en la recta final. 12

SE DESTACA El inminente reajuste del techo fiscal marca una pauta de relajación que puede acarrear peligrosas consecuencias de mediano y largo plazo. 14

Sectores y Empresas

INFRAESTRUCTURA Nuevos obstáculos de una eterna espera 16

MINERÍA Alpayana irá por más 17

ACROINDUSTRIA Año de inflexión 18

COMERCIO Penguin Random House: "Crecimos 16% en el primer cuatrimestre" 18

INDUSTRIA Holcim: "[Buscamos] ser el primer jugador de materiales de construcción" 20

TELECOMUNICACIONES Entel mira los hogares 20

Economía y Finanzas

MERCADO DE VALORES SMV: "Se pedirá a las empresas revelar las remuneraciones de sus directores" 21

PREVISIONAL Reglamento en revisión 22

COMMODITIES Barril sin fondo 22

FINTECHS Powerpay: "Este año esperamos triplicar el volumen de los créditos" 23

GESTIÓN PATRIMONIAL El adiós de la antigua banca privada 23

Management

CULTURA ORGANIZACIONAL Prejuicios costosos 24

TECNOLOGÍA Red Hat: "Esperamos que Perú crezca más que el promedio de Latam" 25

CULTURA ORGANIZACIONAL El respeto como cultura, no como slogan 25

FINANCIAL TIMES ¿Trabajarías 32 horas de lunes a domingo? 32

Legal y Política

GABINETE MINISTERIAL Tras bambalinas de una reforma fallida 36

CONSUMIDOR Contratos bajo la lupa 37

MARCO LEGAL Incertidumbre bancaria garantizada 37



BRIGITT BENCICH, exviceministra de Economía y expresidenta de Cofide, es la nueva presidenta del directorio de la Sociedad Eléctrica del Sur Oeste (SEAL).



EGBERTO TORRES asumió como gerente general de Grupo Maquinarias, tras desempeñarse como CEO de ETNA. Su nombramiento se oficializa dos semanas después de que esta revista lo adelantara (SE 1962).



ARTURO JOHNSON es el nuevo gerente de la División de Transformación de Mibanco. Era gerente de la División de Canales de Atención de BCP.



JORGE FLORES fue nombrado gerente de la División de Canales de Atención de BCP. Previamente, lideró la Tribu de Canales Digitales del banco.



PATRICIA WISSAR asumió como gerente de la recientemente creada División de Canales Digitales y Capacidades de Transformación de BCP. Venía desempeñándose como gerente de Lealtad y Capacidades de Transformación del banco.



GISELLE LARCO, hasta ahora *head of execution* de Rimac, fue nombrada VP ejecutiva de Transformación en la compañía aseguradora.



RODOLFO PERALES fue designado como nuevo director comercial de Howden Perú. Antes, ejercía como *sales leader* de la misma compañía.



ÚRSULA DE LA MATA es la nueva directora ejecutiva de HeadhuntingLab. Se ha desempeñado como directora de estrategia corporativa de LabSuperfood.



Número SE 1964

Lima, 1 de junio del 2025

DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS / Diego Chirinos Cané

EDITORES / Juan Rosales Arenas y Jaime Cordero

EDITOR WEB / Iván Álvarez

ANALISTA SENIOR / Marco Alva Pino, Alessandra Saavedra U., Junior Miani

ANALISTAS / Alba Ñaupas O., Jonathan Terranova V. Marisol Alvarado Bolívar, Claudia Gutiérrez Coveñas, Edward Abarca, Tamara Ojeda Tarrillo

COMMUNITY MANAGER / Diana Yong

EDITORIA GRÁFICA / Martha Rodríguez Salazar

DISEÑO E INFOGRAFÍA / André Bedregal, Rubén Morales

FOTOGRAFÍA / Julio Cabana

COORDINADOR AUDIOVISUAL / Jean Carlo Llahtahuan

REALIZADOR AUDIOVISUAL / Italo Bernal Sanchez

GERENTE GENERAL / Carlos de la Rica

CHIEF REVENUE OFFICER / Ernesto Ferrini

GERENTE COMERCIAL CORPORATIVO / María Claudia Díaz Dulanto

JEFE DE CONTENT LAB / Eduardo Prado Estrella

JEFE DE MARKETING DIGITAL / Luis José Malásquez Lévano

EDITORIA DE NUEVOS PRODUCTOS / Jenny Varillas Paz

EDITOR DE ARTE / Rafael Torres MQ

ANALISTA DEL CONTENT LAB / Daniela Navarro

JEFE DE CALL CENTER / Martín Bringas

JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD / Rosmery de la Torre

PUBLICIDAD / Graciela Escobal, Ana Reyes, Malú Pérez

WEB TRAFFICKER / Mario Popuche

TELEMARKETING / Silvana Pulisci, Beatriz Díaz, Marcos Gonzalez

ADMINISTRACIÓN / Isela Vidalón, Peggy Yamashita, Victoria Albán

DISEÑO / Circle (Londres)

FOTOS INTERIORES / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia



OFICINA DE REDACCIÓN / Av. Canaval y Moreyra 340 Piso 13, Lima 27, Perú

TELÉFONO / 213-0600

FAX / 444-5240

IMPRESIÓN / Editorial Supergráfica EIRL

Av. Manuel Tellería Vicuña 1615 Urb. Chacra Ríos Norte, Lima

DEPÓSITO LEGAL / 150105-95-0204

RUC / 20260510887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados

LA ERA DEL RELAJO FISCAL

Una vez más, el gobierno quiere cambiar la regla del déficit para acomodar más gasto sin considerar el impacto sobre la credibilidad de la política económica.

La semana que termina no fue precisamente una semana muy feliz para el ministerio de Economía y Finanzas (MEF) ni tampoco para su titular, Raúl Pérez Reyes. Las críticas han arreciado con rapidez contra este último, primero, por el respaldo a la ley aprobada por el Congreso para reducir la recaudación del IGV en favor de los gobiernos locales. Luego, por el anuncio de que el gobierno está trabajando en un crédito suplementario y, en paralelo, evalúa cambiar el techo del déficit fiscal para este año. En resumen, lejos de ajustarse el cinturón, el gobierno y Pérez Reyes tienen en la mira gastar y endeudarse más.

Las críticas, a juicio de esta casa editora, están claramente fundamentadas y justificadas. Como detallamos en una de las notas principales de esta edición, expertos, ex titulares de MEF y el Consejo Fiscal han lanzado serias advertencias respecto al impacto negativo que tendrán estas medidas en las finanzas públicas y, casi de modo inevitable, en el

déficit fiscal. Un problema que el país viene arrastrando hace varios años y sobre el cual se han levantado numerosas alertas.

Luego de un 2024 de fuerte gasto público, se suponía que este sería el año del ajuste. Así lo señalaron los antecesores del ministro Pérez Reyes en el MEF. Lo cierto es que, lejos de colaborar en cerrar esa brecha, las medidas recientemente anunciadas

van en el sentido contrario.

Sólo por citar un dato, se estima que la reducción gradual del IGV supondrá que el gobierno central deje de recaudar entre S/8,000 millones y S/10,000 millones anuales. El Ejecutivo ha aceptado este recorte sin que haya claridad respecto a qué hará para compensar esa pérdida de recursos. Los caminos, en todo caso, no son muchos: la opción de recortar gastos, por razones tanto operativas como políticas, no parece muy factible. Y tampoco suena razonable la alternativa de crear nuevos impuestos o incrementar las tasas de los ya existentes. Sólo quedaría como opción endeudarse más.

Pero el problema va más allá de una o dos nor-



mas específicas. Lo que realmente debe preocupar es la tendencia que reafirman estos anuncios: hemos entrado, para todos los efectos prácticos, en una era de relajo fiscal. Porque, más allá de los malabares argumentativos del ministro Pérez Reyes, queda claro que para la actual gestión del MEF la disciplina fiscal dejó de tener la importancia capital de antaño. Esa que nos permitió construir, a lo largo de más de dos décadas, una sólida posición macroeconómica.

El ministro ha remarcado que preservar el gasto público resulta clave para mantener encendidos los motores del crecimiento económico. Y, si bien es innegable que mantener la dinámica de la economía es importante, sostener el crecimiento del PBI a punta de inversión pública no es realista. El sector privado debería tomar la posta y, para ello, se requieren medidas y reformas que estimulen y agilicen la inversión. Lejos de tomar ese toro por las astas, el actual gobierno parece haberse dejado seducir por el camino fácil y peligroso de buscar popularidad y apoyos políticos a través del reparto de fondos.

Queda claro que estamos ante un gobierno sumamente corto de miras, que no ve más allá de su conveniencia inmediata y no parece muy preocupado por lo que vaya a pasar luego del 28 de julio de 2026. Porque, a fin de cuentas, el que tendrá que hacerse cargo del desbarajuste fiscal será el próximo gobierno. Y los platos rotos los pagamos todos los peruanos. ■

El gobierno se dejó seducir por el camino fácil de buscar popularidad y apoyo político a través del reparto de fondos

Qué Pasó



1 MEDIDAS. El titular del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Raúl Pérez-Reyes, anunció que el Ejecutivo propondrá al Congreso elevar la regla fiscal de 2.2% a 2.8% del PBI para este año, e indicó que viene preparando un segundo *shock* desregulatorio para agilizar los permisos ambientales requeridos para ejecutar proyectos de inversión. Además, respaldó los cambios en el Foncomún y aseguró que no generarán un impacto fiscal, pese a que el gobierno central dejará de percibir S/10,000 millones. El Consejo Fiscal cuestionó las medidas y advirtió que comprometen la sostenibilidad fiscal y macroeconómica del país.

2 REFORMA. El MEF publicó el proyecto de reglamento de la Ley de Modernización del Sistema Previsional. El documento plantea la implementación de la comisión por productividad entre los afiliados de las AFP, con una parte fija y otra variable ligada a la rentabilidad de los fondos. Asimismo, desde el 1 de junio de 2027, los jóvenes de 18 años serán afiliados automáticamente a una AFP o a la ONP. El MEF abrió un periodo de consulta pública de 15 días para recibir comentarios y sugerencias.

3 ARBITRAJE. El Ciadi aumentó a US\$302 millones la indemnización que el Estado peruano deberá pagar a Enagás por la terminación unilateral del contrato del Gasoducto Sur Peruano, tras aceptar parcialmente uno de los pedidos solicitados por la empresa para rectificar el laudo de diciembre 2024. Con la decisión, se sumaron US\$104 millones en el cálculo inicial

formulado por el Ciadi.

4 APERTURA. El viernes 30, la presidenta Dina Boluarte inauguró el nuevo Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. La infraestructura construida por Lima Airport Partners (LAP) con una inversión superior a los US\$2,000 millones podrá atender hasta 40 millones de pasajeros al año. Cuenta con dos pistas de aterrizaje, torre de control de última generación, 59 salas de embarque y sistemas avanzados de seguridad. El ministro de Transportes y Comunicaciones (MTC), César Sandoval, indicó que el nuevo terminal generará más de 121,000 empleos y aportará más de US\$500 millones a la economía. La operación iniciará este domingo a partir de la 1 p.m. Stefan Schulte, CEO de la alemana Fraport –matriz de LAP–, destacó que el aeropuerto posiciona a Lima como un *hub* relevante en el continente.

5 PRESENTACIÓN. El Gabinete Ministerial se presentará ante el Congreso el jueves 12 de junio para exponer la política general de gobierno y solicitar el voto de confianza, conforme al artículo 130° de la Constitución, anunció el primer ministro Eduardo Arana y el presidente del Legislativo, Eduardo Salhuana. El lunes se convocará a la Junta de Portavoces para definir el debate y la votación en el Pleno. Arana destacó la apertura al diálogo y adelantó que desde el lunes iniciarán reuniones con bancadas para compartir lineamientos y recibir propuestas. La agenda de los encuentros será publicada en los próximos días. ■



SEMANAeconómica



**Las más importantes primicias empresariales
y el mejor análisis del mercado para los
tomadores de decisiones del Perú**

Síguenos en:



Escanea el
código QR y
suscríbete



Voces y Opiniones

COLUMNISTA INVITADO

Donde no hay operaciones, puede haber propósito

Que empresarios y ejecutivos viajen por el Perú a contar su historia no debe ser visto como un gesto altruista. Es una responsabilidad con el futuro del país.

Rubén Sánchez

CEO de Grupo San Antonio



SOBRE EL AUTOR

Rubén es administrador de empresas de la UPC, con una maestría en Marketing de EADA (España) y un MBA de ESADE (España) y la Universidad del Pacífico (UP). Cuenta con postgrados en Pepperdine University, Georgetown University y Harvard University (EE.UU.), HEC París (Francia) y el PAD de la Universidad de Piura. Además de su rol en Grupo San Antonio, dirige la Maestría en Gestión de la UP y ejerce como director y miembro de consejos directivos y consultivos de diversas organizaciones.

A lo largo de los últimos años, mi participación en distintas conferencias me ha llevado a diversas provincias del país. No con el objetivo de expandir Pastelería San Antonio —principal negocio del grupo que lidero—, sino principalmente para compartir aprendizajes, escuchar realidades y construir puentes desde el conocimiento.

En esos viajes, hay una pregunta que surge con particular recurrencia y que resulta muy directa: “¿por qué invertir tiempo en lugares donde una empresa como Pastelería San Antonio no opera?” Mi respuesta a esta inquietud es igual de clara, pero, a la vez, profunda. Y es que liderar implica salir del centro, reconocer otras geografías del emprendimiento y ejercer influencia desde la gestión, pero, sobre todo, desde la presencia.

En cada viaje que realizo por el Perú encuentro un genuino interés

Cuando un empresario limeño viaja por el Perú para compartir, rara vez lo hace sin una agenda comercial

por conocer historias empresariales contadas en primera persona y, al mismo tiempo, una escasa cultura de intercambio desde quienes ya recorrieron parte del camino. La mayoría de empresarios limeños no viaja para com-

partir. Y, cuando lo hace, rara vez lo hace sin una agenda comercial.

Creo firmemente que compartir lo aprendido no es un gesto altruista, es una responsabilidad para nosotros, los ejecutivos. Acompañar a emprendedores en su proceso de validación, escucharlos, responder a sus preguntas y mostrar cercanía puede tener un efecto profundamente transformador en ellos. La presencia física, el tiempo dedicado y la conversación sincera tienen un poder imposible de reemplazar o replicar por cualquier canal digital.

En un país como el nuestro, en el cual emprender desde una región distinta a Lima involucra retos estructurales, burocráticos y hasta culturales, llevar referentes empresariales a las provincias es también un acto político. Una declaración respecto a en qué creemos y cómo queremos construir nuestro futuro.

Durante los viajes, otra de las preguntas que recibo con frecuencia es: “¿cómo conectar genuinamente con comunidades que buscan inspiración empresarial?” Y la clave, creo, está en expresar de forma abierta esa voluntad de contribuir. Hoy, las redes sociales permiten hacerlo con transparencia, generando vínculos genuinos que trascienden lo transaccional. Cuando ese deseo se comunica con autenticidad, las oportunidades para compartir se presentan solas.

Pero el deseo no basta. Ayudar demanda un esfuerzo real: viajes, tiempo, escucha activa y, muchas veces, desgaste emocional. No siempre es cómodo ni sencillo. Estoy convencido, sin embargo, de que vale la pena.

Escribo esto en ruta a Puno, hacia una universidad donde me esperan estudiantes que, en su mayoría, nunca han escuchado a un empresario hablar de su historia. Me pagué el pasaje, cubro mis gastos. Y, aunque voy a cumplir un rol de orador, la realidad es que también voy a aprender. Porque el verdadero valor de estos encuentros está en la posibilidad de comprender sus desafíos y convertir esa comprensión en estrategias que generen un impacto significativo desde la empresa privada.

Tal vez lo que empezó como una convicción ética termine abriendo oportunidades concretas para generar empleo, crecimiento e inversión en comunidades que sólo necesitan una señal clara para creer que también pueden construir un mejor futuro. ■

MAPFRE PRESENTA LA PRIMERA UNIDAD MÓVIL DE ENTRENAMIENTO EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

La aseguradora da un paso adelante con una innovadora propuesta que permitirá a las empresas mejorar la gestión integral de sus riesgos, cuidando lo que más les importa: sus trabajadores.

MAPFRE Perú refuerza su propuesta de valor para clientes corporativos con el lanzamiento de su Unidad Móvil de Entrenamiento en Prevención de Riesgos Laborales, la primera en su tipo en el sector asegurador peruano. Se trata de la más reciente innovación de la oferta integral de prevención de MAPFRE, que busca transformar la gestión de la seguridad laboral en las empresas del país, haciéndola más accesible, inmersiva y eficaz.

La Unidad Móvil de Entrenamiento en Prevención de MAPFRE es un simulador de última generación diseñado para capacitar a los trabajadores bajo situaciones reales que reproducen los riesgos de su entorno laboral, pero en un ambiente controlado y seguro. "Gracias a sus características, podremos brindar formación teórico-práctica y personalizada para el entrenamiento en trabajo en altura, espacios confinados, trabajos eléctricos y extinción de incendios; ayudando a las empresas a cumplir con las normativas de seguridad y salud laboral", explica Juan Luis Jauregui, director comercial de MAPFRE Perú.

El ejecutivo agrega que la tecnología que se utiliza en esta unidad permite proporcionar una experiencia de aprendizaje interactiva y efectiva totalmente nueva en el mercado asegurador peruano, adaptada a las necesidades reales de cada sector y respaldada por estándares internacionales.

PRUEBAS A MEDIDA

La Unidad Móvil de Prevención de MAPFRE Perú permite realizar cuatro pruebas que se adaptan a las necesidades de las empresas y son realizadas en sus propias instalaciones, lo que reduce significativamente los costos asociados a la formación y optimiza el tiempo y recursos disponibles al evitar traslados.

Las pruebas los preparan para gestionar mejor riesgos relacionados a trabajos en altura, espacios confinados, trabajos eléctricos y extinción de incendios. Cada entrenamiento permite desarrollar competencias y habilidades técnicas para evaluar los riesgos correspondientes, utilizar los equipos de protección y realizar las maniobras



MAPFRE lleva más de 25 años en Perú acompañando a las empresas a crear entornos laborales más seguros

necesarias para reducir los accidentes laborales.

Estas pruebas pueden ser aplicadas a las industrias de manufactura, construcción, minería, telecomunicaciones, logística, pesca e hidrocarburos, lo que destaca su adaptabilidad y conveniencia.

ALIADO CLAVE PARA LA PREVENCIÓN

Desde su creación en 1933, MAPFRE se ha especializado en la gestión de los riesgos de trabajo, llevando protección y seguridad a los trabajadores por más de 90 años. En el Perú, tiene más de 25 años acompañando a las empresas a crear entornos laborales más seguros para cuidar el capital humano de las organizaciones.

Actualmente MAPFRE cuenta con una amplia oferta de prevención en el país, que incluye servicios gratuitos dirigidos a sus clientes corporativos para la gestión integral de sus riesgos y aportan soluciones de valor agregado para mejorar las condiciones de seguridad y la

salud de los trabajadores, el control de pérdidas, la mitigación de riesgos, entre otros.

"Durante todos estos años hemos marcado diversos hitos de prevención para las empresas. Esta unidad móvil se suma a nuestra renovada oferta en la que destacan modernas soluciones con Inteligencia Artificial, Realidad Virtual y Simuladores de Conducción, y es una muestra concreta de nuestro compromiso por liderar una transformación real en la prevención de riesgos laborales en el Perú", afirma Jauregui.

Desde su Unidad de Prevención, la aseguradora brinda asistencia gratuita en la gestión integral de riesgos, colaborando proactivamente con las empresas a través de asesorías en prevención y un completo servicio ofrecido por profesionales altamente calificados. Las personas pueden conocer todas las soluciones y actividades que desarrolla la compañía desde su Portal de Prevención: prevencion.mapfre.com.pe. ■

COLUMNISTA INVITADO

El emprendedor sitiado

Si el flagelo de la inseguridad no se controla pronto, el impacto sobre la forma en que las mypes del país invierten y expanden sus negocios será cada vez más severo.

Javier Ichazo

CEO de Mibanco Perú y líder de Microfinanzas de Credicorp



SOBRE EL AUTOR

Javier es magister en Dirección de Empresas por el PAD de la Universidad de Piura, con estudios de Administración de Empresas en la misma institución. Hoy, lidera la unidad de negocio de Microfinanzas de Credicorp y, desde el 2017, es CEO del banco especializado en microfinanzas del holding, Mibanco, en el Perú.

Hoy, casi ningún peruano escapa a la inseguridad. Si no la sufre directamente, la presencia del delito está cerca, afectando a familiares, amigos o colegas. Para los emprendedores, el golpe es doble. La extorsión y los robos no sólo erosionan sus ingresos, sino que los obligan a gastar más en protegerse a sí mismos, a sus familias y a sus negocios. Y el temor modifica, a la vez, los hábitos de clientes y consumidores: muchos evitan salir, se alejan de ciertas zonas y desconfían de algunos comercios.

Así, el crimen se ha convertido en una de las barreras más urgentes a derribar para el desarrollo de las mypes. Dado que estas representan más del 90% del total de empresas en el país, su impacto sobre el crecimiento económico del Perú no puede soslayarse. Según la 'Radiografía de la informalidad en el Perú', una encuesta reciente de Mibanco y el Banco de Ideas de Credicorp a más de 1,000 microempresarios informales, el 39% señala que la delincuencia es el principal obstáculo para crecer. Mientras que en Lima Metropolitana las pérdidas diarias por esta causa entre los negocios con atención al público superan los S/ 450,000, de acuerdo con estudios independientes.

El perjuicio a las mypes es sumamente grave. Y, mientras este flagelo no se controle, seguirá teniendo un impacto severo en la forma en la que las mypes invierten y expanden sus negocios. ¿Por qué abrir una nueva tienda, si esta sólo va a convertirse en el próximo blanco de extorsionadores? ¿Cómo invertir en crecimiento, si buena parte del capital se destina a rejas, cámaras y vigilancia privada? ¿Cómo contratar personal, si apenas se logra sostener el negocio?

Esta inseguridad, además, desalienta la formalización. Si para el 66% de los dueños de micronegocios informales el proceso ya es visto como costoso y engorroso, ¿qué incentivo real tienen para formalizarse, cuando lo urgente es sobrevivir?

El problema exige una acción decidida del Estado, con el respaldo —y

la presión constructiva— del sector privado. Hoy, urge que el gobierno abandone la lógica del ensayo y error. Se necesita mayor rigor técnico, análisis comparativos con otros países para apostar por lo que ha demostrado funcionar, uso intensivo de datos y, por qué no, de inteligencia artificial para optimizar procesos, anticipar patrones y tomar decisiones eficaces.

También resulta clave dotar a la policía de las herramientas mínimas necesarias para cumplir con su labor. Preocupa, por ejemplo, que hoy más del 40% de sus camionetas y autos estén inoperativos, pues ello refleja una ineficiencia que no podemos seguir normalizando. A ello se suman ciertas decisiones legislativas cuestionables, como las vinculadas a los topes a las tasas de interés, que deben revisarse con una mirada integral, ya que pueden terminar alimentando mercados informales como el del 'gota a gota'.

El sector privado, sin embargo, también debe involucrarse. Y aún tiene amplio margen para consolidar una colaboración que vaya más allá de ofrecer información y diagnósticos sobre la situación del crimen. Puede organizarse para la elaboración de redes de seguridad, ofrecer servicios de vigilancia específicos para el sector mype, capacitar a los emprendedores en prevención de delitos cibernéticos y fraudes e impulsar una cultura de aseguramiento. Porque impulsar la formalización implica construir entornos más seguros, donde emprender no signifique exponerse.

Las posibilidades están ahí. El camino por recorrer no es sencillo, pero de lograr recorrerlo depende no sólo la tranquilidad de todos los peruanos, sino también la sostenibilidad de quienes son el pulmón de nuestra economía. ■

¿Por qué abrir una nueva tienda, si se convertirá en el próximo blanco de extorsionadores?

JUNTOS HACIA LA META DEL BIENESTAR

Por segundo año consecutivo, RIMAC reafirmó su compromiso con el deporte al ser auspiciador oficial de la maratón adidas RIMAC Lima 42K, brindando soporte médico y acompañando de cerca a la comunidad de runners impulsando su camino hacia el bienestar.

El compromiso con el bienestar integral va más allá del respaldo, pues RIMAC se ha convertido en un verdadero compañero de ruta para quienes buscan superarse, ofreciendo una experiencia segura y confiable desde el primer kilómetro hasta la meta.

RIMAC vela por la seguridad de los corredores y también impulsa activamente la cultura del bienestar y la inclusión. A través del programa **RIMAC Challenge**, más de 170 clientes, brokers y colaboradores se prepararon durante tres meses para la maratón adidas RIMAC Lima 42K, con entrenamientos y talleres diseñados para fortalecer cuerpo y mente en su plataforma **Estar Bien**, brindando herramientas para una vida saludable, lo que incluyó rutas de entrenamiento, consejos nutricionales y más contenido de valor para toda la comunidad runner.

El compromiso con la inclusión también marcó un hito en esta edición. Gracias a una alianza estratégica con la fundación "Yo soy sus ojos", personas con discapacidad visual contaron con chequeos médicos previos y el acompañamiento de colaboradores voluntarios de RIMAC, guiando cada paso de su recorrido para que estuviera lleno de seguridad y confianza.

Además, RIMAC reafirmó su compromiso con la fundación **Make-A-Wish Perú** para cumplir los sueños de 10 niños. Esta iniciativa fue impulsada por Fernando Ríos, CEO de RIMAC, quien convocó a líderes de otras compañías a sumarse y correr con propósito y corazón, demostrando que el deporte también puede transformar vidas. Asimismo, en alianza con el colegio **Fe y Alegría**, se entrenó a escolares de distintas sedes de Lima para participar en esta experiencia, fomentando la actividad física



El compromiso al bienestar también abarca aspectos de inclusión y responsabilidad social

y valores como la disciplina y el esfuerzo desde jóvenes.

Siguiendo su propósito de acompañamiento integral hacia el bienestar, RIMAC innovó creando **el primer seguro para la comunidad de runners** del Perú, que incluye descargas musculares, descarte de lesiones, asesoría nutricional, plan de entrenamiento y protección médica en más de 200 clínicas a nivel nacional



En cuanto a la atención médica en la maratón, se implementó un sólido sistema de apoyo a lo largo de toda la ruta, incluyendo tópicos de atención médica, áreas de fisioterapia, ambulancias, brigadas de atención y un equipo especializado de profesionales de la salud, todos comprometidos en brindar acompañamiento y garantizar la seguridad de cada corredor durante la ruta. ■

ÚLTIMA HORA DE LA NEGOCIACIÓN

La venta del negocio de comercialización y distribución de combustibles del Grupo Romero no sólo no está cerrada. Hoy, existiría más de un postor sentado en la mesa de una negociación que recién se alista para entrar en la recta final. El objetivo de todas las partes es cerrar el *deal* antes de fin de año.



POR ALESSANDRA SAAVEDRA U.

Las intensas negociaciones por la compra de Primax, subsidiaria de comercialización y distribución de combustibles del Grupo Romero, siguen abiertas y más disputadas que nunca. Lejos del desmentido rumor de una supuesta concreción del *deal*, el proceso revelado en exclusiva por SEMANAeconómica en noviembre del año pasado (SE1938) se aprestaría recién a ingresar a la recta final y con más de un postor pugnando por hacerse de las operaciones de Primax en el Perú, Colombia y Ecuador. Así pudo corroborarlo esta revista, a través de diversas fuentes directamente involucradas en las negociaciones.

La última fase del proceso se extendería a lo largo del 3T25 e incluso podría llegar al 4T25. Pero el objetivo de todos los involucrados es el mismo: que las rúbricas que sellarán una de las transacciones más importantes del último tiempo en el mercado peruano de M&A se estampen antes de que termine el 2025.

Falsa alarma

Lo que hoy subyace sobre la mesa de negociación es el 100% de las operaciones de Primax. Esto incluiría la red de más de 2,000 grifos y las más de 1,000 tiendas de conveniencia Listo! en los tres países (ver gráfico). El comprador que adquiriese todos estos activos obtendría más del 30% del *market share* en Perú, ocuparía el segundo lugar en Colombia y tendría como tarea pendiente continuar consolidando su presencia en el mercado ecuatoriano. “Lo más atractivo para el Grupo Romero es deshacerse de [las operaciones de] los tres [países] para no reducir las economías de escala ni las sinergías. Y no tener que volver a lanzar un nuevo proceso [de venta por un posible activo restante]”, explica a SEMANAeconómica uno de los actores directamente involucrados en la transacción, quien prefirió mantener en reserva su identidad al haber firmado acuerdos de confidencialidad en torno al proceso.

Si bien hace más de dos meses el *Diario Gestión*

dio cuenta de una supuesta compra concretada por parte de Aramco —posteriormente desmentida—, la información a la que pudo acceder en exclusiva esta revista es que hoy sería más de un postor el que pugna por hacerse del *deal*. Además del gigante saudí Aramco, señalado en noviembre de 2024 por SEMANAeconómica como un candidato natural para la adquisición, compañías de origen chino y centroamericano habrían mostrado un marcado interés por hacerse del activo del Grupo Romero a lo largo del proceso.

Mientras las conversaciones avanzan sin prisa y sin pausa, todos los actores involucrados mantienen a la vez los ojos puestos en una decisión clave: la esperada autorización del Indecopi a la compra de los activos de Terpel por parte de Primax (SE1921). “La segunda fase de revisión debería concluir alrededor de la quincena de junio. No creo que no autoricen la adquisición. Seguro la aprueban con condiciones”, anticipa una de las fuentes antes citadas.

De cumplirse los plazos esperados, la venta de Primax estaría lista para cerrarse este año. “Se firma sí o sí en septiembre u octubre. El cierre va a depender de lo que digan las autoridades de competencia”, asegura otra de las partes involucradas en el proceso a la que accedió esta revista. Así, el

Presencia de Primax en el Perú y la región



Fuente: Reporte de sostenibilidad del 2022 y 2023 de Corporación Primax, Reporte de sostenibilidad de Repsol del 2023, Petroperú

*Estaciones afiliadas

deal evitaría el ruido y la incertidumbre que todo ciclo electoral peruano suele introducir en las negociaciones. “Este es un incentivo para que los *deals* busquen cerrarse a la brevedad. De no lograrlo, muchos van a quedarse a la espera de la elección del nuevo presidente y de la configuración del Congreso”, advierte el *Head of Research* Perú & Colombia de LarrainVial, Luis Ramos.

El precio final

El de Primax será, sin duda, uno de los M&A más grandes de los últimos años. Pero la cifra de cierre de la transacción podría experimentar cierto ajuste a la baja, a causa de diversos factores coyunturales surgidos en los últimos meses. Uno de los principales es el factor de tasas de interés. Estas no cayeron tanto como esperaba el mercado a raíz de los anuncios del presidente Donald Trump sobre la política comercial de Estados Unidos. Lo que ocasionó que la Reserva Federal de ese país pusiera en pausa sus recortes. “Eso afecta al múltiplo, porque es más difícil conseguir financiamiento. Además, las tasas de interés altas afectan a las tasas de descuento utilizadas para valorizar las compañías. Al ser más altas, la valorización es menor”, explica el socio director

“El *deal* se firma sí o sí en septiembre u octubre”, asegura una de las fuentes involucradas en la negociación

de la oficina de Lima de Cuatrecasas, Oscar Trelles.

Los factores restantes están vinculados a impuestos específicos y controles cambiarios en países como Colombia. “El monto podría estar más cerca a los US\$2,500 millones”, adelanta otra fuente de alto nivel enterada de las negociaciones. Así, el precio final difícilmente superaría la barrera de los US\$3,000 millones, como se esperaba hace unos meses. “Esa cifra implicaría un múltiplo de alrededor de 9x/ebitda. Un múltiplo así de alto es para una compañía que se puede escalar rápidamente. Con grifos, es difícil hacer eso”, argumenta una de las fuentes antes citadas.

SEMANAeconómica buscó la participación de Primax en este informe, pero al cierre de esta edición no obtuvo respuesta. ■



SEMANAeconómica

Sumamos nuevas voces al mejor análisis

Desde junio, lee todos los meses la columna de **Fernando Eguiluz** en SEMANAeconómica.

Síguenos en:





POLÍTICA FISCAL

TRAYECTORIA PELIGROSA

El inminente reajuste del techo fiscal y otros anuncios de la nueva gestión del MEF marcan una pauta de relajación de la disciplina fiscal que puede acarrear peligrosas consecuencias de mediano y largo plazo. Y todo indica que restablecer el orden será tarea del próximo gobierno.



POR JONATHAN TERRANOVA

Las noticias que llegan del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) apuntan a que la gestión de las finanzas públicas ha entrado en una nueva etapa caracterizada por la laxitud. El anuncio del nuevo ministro Raúl Pérez Reyes, en el sentido de que se viene una nueva modificación de la regla fiscal para este año, confirma que el gobierno sigue apostando decididamente por acelerar el crecimiento económico, aunque sea a costa de comprometer la estabilidad fiscal del país en el mediano y largo plazo. Los analistas y las calificadoras ya toman nota de esto y comienzan a revisar sus proyecciones. “Estamos más cerca de una perspectiva negativa [de calificación crediticia para el Perú] que antes de todos estos anuncios”, anticipa el VP del Grupo de Riesgo Soberano de Moody’s, Jaime Reusche.

Regla de papel

El último miércoles, el ministro Pérez Reyes anunció que su cartera está analizando elevar el límite máximo permitido del déficit fiscal para este año, de 2.2% a 2.8% del PBI. Si esto se concreta, el nuevo ‘techo’ quedaría apenas por debajo del déficit acumulado a abril (2.9%). “Veíamos el déficit de este año más en torno al 2.5%. Faltaban algunas medidas de gasto para llegar a la regla fiscal. Se podían haber dado. Bajo la dirección del exministro Salardi, se estaban empezando a identificar algunas medidas para, justamente, buscar reducir el gasto en ese margen. Pero, ahora, ha cambiado bastante ese escenario”, agrega Reusche.

Cabe resaltar, además, que los cambios de regla fiscal no implican que el nuevo límite se vaya a cumplir. El año pasado, bajo la conducción de José Arista, el MEF también modificó el techo fiscal hasta 2.8% y, aun así, la cifra final quedó muy por encima (3.6%). Este año podría repetirse ese escenario de incumplimiento, pero el problema es más de fondo. Como advirtió el Consejo Fiscal en su comunicado del viernes 30, esta tendencia a acomodar las reglas fiscales a conveniencia “no contribuye a la predictibilidad ni a la credibilidad de la política fiscal”. Y ello,

Proyecciones de déficit fiscal y reglas fiscales* En % del PBI



*Proyecciones del déficit fiscal desde el 2025

**El dato de abril del déficit actual se encuentra en 2.9%.

Fuente: MEF - LatinFocus Consensus Forecast de mayo 2025

a la larga, tendría una consecuencia en la calificación soberana.

A ello se suman riesgos de corto plazo. “La visión del MEF probablemente sea acomodar más gasto”, señala el exministro de Economía y Finanzas, Luis Miguel Castilla. De hecho, ese gasto adicional ya está en marcha, pues el MEF ha confirmado que está preparando un crédito suplementario y que planea sacarlo adelante antes del 28 de julio. Todo esto, en un contexto de negociación política de cara a la presentación del nuevo Gabinete Ministerial, programada para el 12 de junio.

Dada la dinámica política actual, es previsible que el Congreso aproveche la oportunidad para sacarle más concesiones al Ejecutivo. “Probablemente hayan puesto a un ministro mucho más permisivo de los que hemos tenido”, agrega Castilla, en alusión a Pérez Reyes.

Mochila del sucesor

El deterioro de la situación fiscal, sin embargo, no es únicamente coyuntural. Decisiones controversiales, como el respaldo del MEF a la ley aprobada por el Congreso para reducir la participación del Gobierno Central sobre el IGV en 2 puntos porcentuales y dirigir esa recaudación al Foncomun, tendrán un significativo impacto en las cuentas. Su efecto no se verá de forma inmediata, sino en los años venideros.

Y, aunque el MEF ha insistido en que la norma no tendrá impacto fiscal, ni el Consejo Fiscal, ni los analistas coinciden con esa lectura. En opinión de Reusche, se trata de “una medida absurda” que tendrá impacto en el déficit fiscal, dada

Foncomun no está dedicado a inversión, sino a gasto corriente*
En millones de S/

Concepto	Monto	% del total
Planilla	3,748	37%
Bienes y servicios	3,500	34%
Inversión	2,460	24%
Otros gastos	492	5%
Total	10,200	

Actualmente el Foncomun son 2 puntos de 18 recaudados por IGV. Este pasaría a 4 puntos hacia el 2029.

*Cifras del Foncomun del PIM del 2024

Fuente: SIAF - MEF

“Estamos más cerca que antes de una perspectiva negativa [de calificación soberana]”, advierte Moody’s

la dificultad que tendrá el gobierno para reacomodar su gasto. Todo esto, además, sin que se pueda esperar una mejora en la ejecución presupuestal.

Los gobiernos subnacionales son, de hecho, el nivel de gobierno con menor eficiencia de gasto. Además, buena parte del Foncomun se destina a gasto corriente (ver gráfico) y no a inversiones. “Es bien conocido que en el Perú la calidad del gasto es muy inferior en el nivel subnacional. Y, si bien transferir recursos en el papel no tiene efecto sobre el déficit, sí obligaría a que el gobierno disminuya gastos para compensar esos puntos del IGV que van hacia el Foncomun. Eso podría traer presiones sobre el déficit y derivar en mayor endeudamiento público”, advierte el economista jefe de Credicorp Capital, Daniel Velandia. Al respecto, el Consejo Fiscal ha advertido que la implementación de esta ley generaría “importantes desequilibrios presupuestales para las siguientes administraciones” e incrementaría la rigidez presupuestal, “lo cual resta flexibilidad para poder actuar en forma contracíclica, cuando sea necesario”.

Con todo esta información sobre la mesa, los analistas trabajan en una nueva ronda de revisiones al alza en las proyecciones fiscales. “Tenemos un sesgo al alza para este año y el cumplimiento de la nueva regla estaría sujeto a si se llega a aprobar el crédito suplementario”, apunta Pablo Nano, subgerente de Estudios Económicos de Scotiabank, que tiene de momento un estimado de 2.5% de déficit para este año. Phase Consultores, por su parte, proyecta un déficit de 2.8%, también con sesgo al alza. Mientras que el consenso de LatinFocus se ubica en 2.7%.

¿Hasta qué punto este deterioro impactará en la credibilidad de la política fiscal peruana? Velandia estima que las calificadoras podrían mover sus perspectivas sobre el riesgo soberano, si surgen nuevas presiones sobre el gasto público y, sobre todo, si se vuelve a incumplir la regla de 2.8%. Ante esta situación, será clave la política económica del próximo gobierno.

Para Moody’s, la única salida para romper lo que denomina como un “ciclo de deterioro fiscal” sería el desenlace de las Elecciones Generales de 2026. Pero quien sea que gane esos comicios heredará mayores presiones de gasto, reglas debilitadas y precedentes tentadores y peligrosos. “Con tan poco espacio fiscal, se hace poco probable que se pueda aplicar cualquier tipo de plan de gobierno. La forma rápida es dejar en suspenso las reglas fiscales. Es un quiebre respecto a la disciplina tradicional que ha habido”, concluye Castilla. ■

Sectores y Empresas

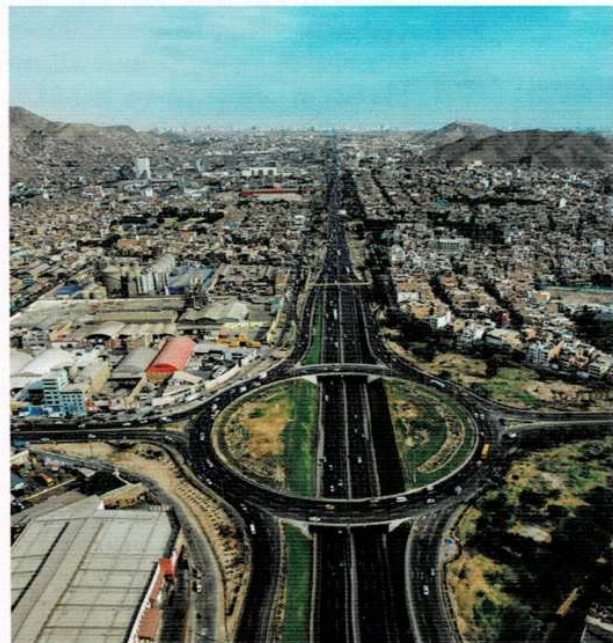
INFRAESTRUCTURA

Nuevos obstáculos de una eterna espera

La burocracia y los desencuentros entre el MTC y el concesionario están impidiendo un firme avance del Anillo Vial Periférico, adjudicado en 2024, tras una década de espera.

Demoras en la aprobación de documentos iniciales y presupuestos asociados al Plan de Recuperación Predial tienen hoy entrampados a diversos procesos clave del Anillo Vial Periférico, el proyecto vial más grande adjudicado en la última década bajo la modalidad de Asociación Público Privada (APP).

Distintas fuentes con conocimiento directo del caso detallaron a SEMANA económica las demoras y trabas surgidas en el último tiempo en los pasillos del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). El sector, por ejemplo, aún no aprueba los tres presupuestos trimestrales asociados al Plan de Recuperación Predial presentados por el concesionario —el consorcio español integrado por Cintra, Acciona y Sacyr—, debido a una serie de observaciones que han generado desacuerdos entre ambas partes. “Han observado los sueldos de la plana gerencial [del concesionario]. El MTC pide que sean establecidos bajo un estudio de mercado”, cuenta un funcionario enterado de las observaciones, que pidió guardar reserva de



Andina

su identidad por temas de confidencialidad.

Sin la aprobación de estos presupuestos, el consorcio no puede presentar las facturas correspondientes para que el MTC reembolse los gastos. “El concedente está gestionando su cierre financiero y este antecedente es negativo frente al banco”, agrega la fuente antes citada. Al ser consultado sobre este asunto, Héctor René Rodríguez, gerente de Desarrollo de Cintra, se limitó a afirmar que el concesionario “espera que los presupuestos sean aprobados en estos días”.

Este, sin embargo, no es el único factor de discordia. De acuerdo con la información a la que accedió esta revista, desde hace tres meses el concesionario está a la espera de que el MTC autorice el uso de los US\$150 millones que tiene disponibles para iniciar la recuperación y reasentamiento de predios. Se trata de un punto crítico del proyecto, ya que el plan de liberación predial para la construcción del Anillo Vial Periférico incluye más de 2,465 viviendas y 528 vías, según ProInversión. “El MTC debe darnos la aprobación para gastar ese presupuesto que está atascado”, reconoce Rodríguez.

Desde hace tres meses, el concesionario espera que el MTC autorice el uso de US\$150 millones para la recuperación predial

Anillo Vial Periférico - Autopista de 34.8 km

El proyecto requiere la liberación de aproximadamente 2,465 predios

Tramo 1 8.7 km

Desde el Óvalo 200 Millas (Callao) hasta la Panamericana Norte

Tramo 2 15.1 km

Desde la Panamericana Norte hasta la Av. Ramiro Prialé

Tramo 3 11 km

Desde la Av. Ramiro Prialé hasta la Av. Circunvalación.



Línea de tiempo

Fuente: ProInversión

30 dic, 2023
Declaratoria de interés.

4 abr, 2024
Adjudicación del proyecto al postor único, el consorcio Cintra, Acciona y Sacyr.

12 nov
Firma del contrato de concesión por 30 años.

ALPAYANA IRÁ POR MÁS

La reciente adquisición del 93,82% de las acciones de la canadiense Sierra Metals no será la última movida de la minera peruana Alpayana. Además de buscar hacerse del porcentaje restante de Sierra Metals para deslistarla de las bolsas de Toronto y Lima, Alpayana seguirá de compras con el objetivo de continuar elevando su capacidad total de producción. "Hay

un potencial para adquirir proyectos *greenfield*, que estén en una etapa temprana", advierte el director de Inversiones de InValor, Daniel Mérida.

Entre las más recientes adquisiciones de Alpayana están la compra de la mina Iscaycruz a Glencore (2022), de Morococha a Pan American Silver (2023) y del Proyecto Ariana a Southern Peaks Mining (2025). Ahora, con la incorporación de Sierra Metals, su portafolio suma seis operaciones activas y una visión clara: crecer median-

te adquisiciones. "Alpayana tiene un *pipeline* de compras interesante aún por desarrollar", adelanta a SEMANAeconómica una fuente cercana a la estrategia de la firma, sin autorización para declarar.

Consultada por esta revista, la compañía sostuvo que su visión es convertirse "en el grupo minero referente en la región". El *deal* de Sierra Metals, cerrado el último 23 de mayo, tras culminar la oferta pública de adquisición (OPA) con un precio final de 1,15 dólares canadienses

por acción, refuerza dicho objetivo. Y es que le permitirá a Alpayana aumentar significativamente su volumen de producción

e incorporar nuevos metales a su portafolio.

La mina Yauricocha (Lima) produce plata, cobre, plomo, zinc y oro. Este último no formaba parte de los activos de Alpayana, por lo que ampliará su producción aurífera a niveles que duplicarían los de otras

polimetálicas como Volcan. "Si sumamos lo producido por Sierra Metals y Alpayana en 2024, la compañía se posiciona a la par de jugadores clave como Volcan, tanto en ingresos como en volumen de producción. Está emergiendo una nueva gran polimetálica", afirma el gerente de Mercado de Capitales de Kallpa SAB, Ricardo Carrión.

El mayor potencial de competencia con un operador polimetálico como Volcan estaría en el cobre. Al cierre de 2024, la produc-

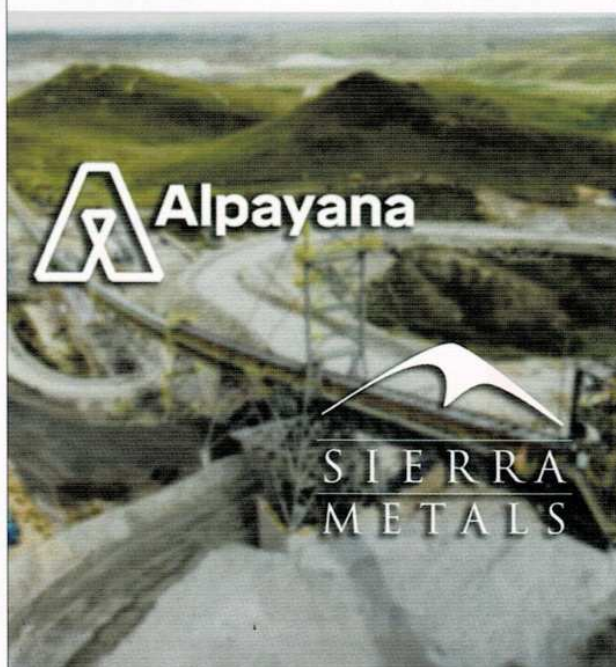
ción conjunta y consolidada de cobre de Alpayana y Sierra Metals alcanzó las 45,094 toneladas. Una cifra muy superior a las 3,600 toneladas reportadas

por Volcan.

Como parte del camino de crecimiento de Alpayana, el *deal* de Sierra Metals supone también el inicio de una nueva etapa de internacionalización. Además de asumir el control de la mina Yauricocha, la transacción incluye el control de la mina Bolívar en México, que constituiría la primera incursión del grupo peruano fuera del país y una vía para diversificar geográficamente su portafolio de operaciones.

Tras sortear las dificultades surgidas en el proceso de compra de Sierra Metals, que incluyeron sendos rechazos a la primera y a la segunda oferta de precio por acción, los pasos más inmediatos de Alpayana apuntarían a lanzar en los próximos tres meses una nueva OPA. Ahora, por las acciones de Corona, subsidiaria peruana de Sierra Metals. (AÑO)

Fotomontaje



El Plan de Ejecución BIM (PEB preliminar de diseño), presentado en marzo por el consorcio español, tampoco ha recibido la aprobación del MTC. Y la aprobación del PEB es crucial, al representar un requisito indispensable para que Ositrán pueda revisar los estudios parciales de ingeniería del Tramo 1 del proyecto, presentados por el concesionario el 9 de mayo, según el regulador. De acuerdo con el contrato de concesión, Ositrán tiene un plazo de 30 días hábiles para su revisión, por lo que el tiempo apremia.

El Anillo Vial Periférico es la primera APP cuyo contrato exige el uso de la metodología *Building Information Modeling* (BIM) en todo el ciclo del proyecto. "[El PEB] establece el flujo de trabajo. Sin este, el proyecto perdería fuerza", explica el director ejecutivo del Comité BIM de CAPECO, Germán Elera.

Las observaciones del MTC al PEB sugieren un desconocimiento de la metodología BIM, lo que ha generado tensiones entre ambas partes. Un ejemplo de ello es la exigencia del MTC de que los diseños sean realizados por profesionales colegiados. Ello a pesar de que la ISO 19650 —norma internacional para el uso de BIM— y la Guía Nacional BIM no lo exijan. "Ingenieros con 15 años de experiencia que construyeron anillos periféricos en Europa tienen toda la capacidad de trabajar en el proyecto", cuestiona Elera.

Consultado sobre las observaciones al PEB, el consorcio español manifestó a SEMANAeconómica que confía que "en el breve plazo se apruebe y pueda continuar con el avance del proyecto". Esta revista también se comunicó con el MTC para consignar su posición respecto al tema. Al cierre de esta edición, no hubo respuesta. (EAA)



AGROINDUSTRIA

AÑO DE INFLEXIÓN

Tras varias pruebas de mercado, el 2024 marcó el despegue de la exportación de pitahaya, impulsada por el inicio de operaciones de nuevas empresas dedicadas a su cultivo. El dinamismo tuvo un impacto favorable en el valor de las exportaciones, que se quintuplicaron frente a 2023.

La creciente apuesta responde a una mayor demanda internacional y a un buen desempeño del precio. Ello motivó que nuevas empresas se sumen a los jugadores que ya tenían a la pitahaya en su portafolio, entre ellos Camposol, como líder.

Uno de los recién llegados es Agroindustria Baleno, cuyo principal foco es la pitahaya. Inició su primera campaña en 2024 con 40 toneladas (TM) exportadas y tiene como objetivo alcanzar 200 TM este 2025, afirma su gerente general Wilber Barrios.

El movimiento en el sector continuará este 2025 con el ingreso de más jugadores. Epic Farms, por ejemplo, ya inició su primera campaña este año con la meta de alcanzar las 100 TM, y prevé llegar a las 600 TM

en 2026 y a las 1,000 TM en 2027, afirma su socio fundador, Germán Caballero.

La campaña de este año apunta a superar la del anterior. Al cierre del iT25, lo exportado representa casi el 70% del total de 2024 (ver gráfico). Mientras tanto, otras compañías se alistan para empezar a producir. Evergreen, por ejemplo, realizará sus primeras pruebas antes de fin de año, comenta su gerente general, Aldo Fuster.

Hoy, el principal destino de exportación de pitahaya es Europa, especialmente España y Países Bajos. Pero el fruto aún no tiene acceso a un mercado con gran potencial y menores fletes como Estados Unidos, por falta de protocolos fitosanitarios. "Es una barrera que genera menor rentabilidad dada la fuerte competencia con el Ecuador", explica el gerente general de Inka Green, Romeo Del Río.

Con las empresas ampliando sus áreas de cultivo, el potencial de crecimiento es alto. "Es un producto aún joven, pero el Perú tiene un enfoque en cultivos de alto valor. Si logramos generar demanda suficiente, sí le veo futuro", concluye el analista senior de Fresh Fruit, Abel Pérez. (CGC)

Exportación de pitahaya

En miles de US\$ FOB

El incremento de la demanda internacional y del precio motivó que más jugadores apuesten por la producción y exportación del fruto.



*Al iT25

Fuente: Midagri

COMERCIO

"Crecimos 16% en el primer cuatrimestre"

Jerónimo Pimentel, director general de Penguin Random House, revela que la editorial viene creciendo a doble dígito desde 2021 y estima que su *market share* es de 35%.

¿Cómo ha comportado el mercado editorial en estos años?

A partir del 2021, hemos tenido un crecimiento sostenido. Ese año superamos las metas de 2019 y luego ocurrieron algunos hechos – como la promulgación de la Ley del Libro en 2023, el crecimiento de algunas cadenas o librerías independientes y la consolidación de la Feria del Libro (FIL) – que han ayudado a crear un ecosistema editorial bastante competitivo e interesante para el lector peruano. En el caso de Penguin Random House, tenemos crecimientos a doble dígito todos los años desde 2021. Y nos consolidamos como la editorial número uno en Perú.

¿En cuánto estiman su *market share*?

Según nuestros cálculos, estamos en un 35%. Es un posicionamiento que se refleja en los números, las ventas, los *rankings* y en los reportes de los clientes. En 2023 logramos vender más de 1 millón de libros al año en Perú. Y en 2024 vendimos más de 1,150,000 ejemplares. Hablamos de un crecimiento del 15%.

¿Cómo le va a Penguin Random House este año?

En el primer cuatrimestre, crecimos 16%. Hemos mejorado mucho nuestro *supply chain* y nuestro abastecimiento. A la par, hemos consolidado nuestro sector infantil juvenil, que representa el 40% de nuestra oferta total. Y ha habido algunos acontecimientos y novedades – como la quinta entrega de 'Los juegos del hambre' – que nos han ayudado a tener un crecimiento superior al proyectado. Esperamos que todo esto se consolide en el pico estacional, que es en julio y agosto por la FIL.

¿Cuáles son esos eventos?

Ha habido un repunte importante del catálogo de las obras de Mario Vargas Llosa. El lector peruano ha decidido homenajearlo de la mejor manera posible: leyéndolo. Es un orgullo haber podido trabajar un catálogo muy vasto de sus obras, con 45 títulos.

¿Qué expectativas hay para la FIL?

La expectativa es llegar o superar los 600,000 asistentes. Como Penguin Random House esperamos un incremento del 15% [de libros vendidos] respecto a la FIL 2024. Vamos a tener una gran oferta cultural, con más de 30 novedades. Para el cierre de año, nos gustaría sostener el ratio de crecimiento del primer cuatrimestre. (AÑO)





Diego Salgado, Alejandro Chávez, Carla Bustamante, Akihiro Kumagai, Masunori Ogawa, Yanitza Alzamora, Erick Ruiz Caro, Mirtha Rodríguez y Blanca Mondragón.



Blanca Mondragón, Directora de Aftermarket y Motores de Cummins Perú; Manuel Gonzalez-Olaechea, Director de Energía de Cummins Perú; Erick Ruiz Caro, Gerente General de Cummins Perú; y Luis Pineda, Director de Servicios de Cummins Perú.



Blanca Mondragón, Directora de Aftermarket y Motores de Cummins Perú; y Erick Ruiz Caro, Gerente General de Cummins Perú.



Ximena Chale, Martin Burlando, Mario Andrade y Elizabeth Vallejo.



EXPO CUMMINS 2025

Con un enfoque en innovación y sostenibilidad, Cummins Perú presentó su portafolio de soluciones integrales durante Expo Cummins 2025. El evento reunió a clientes y aliados estratégicos de sectores clave como minería subterránea, construcción, agroindustria y transporte, destacando motores diésel, grupos electrógenos, consumibles y tecnologías para una operación más eficiente.

Durante la jornada, Erick Ruiz, gerente general de Cummins Perú, y Blanca Mondragón, directora de la Unidad de Negocios de Aftermarket y Motores, detallaron cómo estas soluciones tecnológicas y servicios especializados buscan acompañar el crecimiento productivo del país, promoviendo la eficiencia y sostenibilidad en las operaciones industriales. ■



Mateo Garrido Lecca; Mirtha Rodríguez, Directora Corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad de Komatsu-Mitsui; Abel Molina, Juan Kufof, y Cristian Silva.



Manuel Gonzalez-Olaechea, Director de Energía de Cummins Perú; y Blanca Mondragón, Directora de Aftermarket y Motores de Cummins Perú.

"[Buscamos] ser el primer jugador de materiales de construcción"

Tras el lanzamiento oficial de la marca en el país, Norberto Ledea, CEO de Holcim Perú, afirma que la prioridad de la empresa es entender el mercado y consolidar su portafolio para convertirse en un jugador importante en la región central del país.



SEMANAeconómica

¿Qué gatilló la entrada de Holcim al Perú con la adquisición de Comacsa, Mixercon y Compañía Minera Luren?

Latinoamérica es un motor de crecimiento global para nosotros. Es parte de la estrategia corporativa. En Perú nunca habíamos podido tener una mayoría accionaria y, finalmente, lo logramos. Visto desde fuera, el Perú tiene un *track record* de estabilidad económica y monetaria, y oportunidades en infraestructura.

¿Cómo lidiará Holcim con la fuerte competencia en el sector cementero?

Holcim no es simplemente una cementera. Queda claro con el portafolio de soluciones y productos que ofrecemos a través de nues-

tras adquisiciones. Esperamos un *run rate* de US\$240 millones en 2026. Hoy, nuestro foco no está en mirar cómo trabajan nuestros competidores, sino en entender cómo funcionan las necesidades de los usuarios en el Perú y cómo podemos potenciar nuestra propuesta de valor.

¿Cuál es su estrategia por segmento?

En cemento blanco o minerales industriales, además de las oportunidades locales, queremos ser un *hub* de exportación en toda la costa Pacífico de América Latina. En ladrillos y morteros, vemos oportunidades en nuevas líneas de productos para los desarrolladores inmobiliarios. Y para cemento y concreto

tenemos una agenda de sostenibilidad con líneas ecológicas.

¿Ya tienen prevista la apertura de su cadena de ferreterías Disensa?

Cuando hayamos solidificado el portafolio daremos este próximo paso. Lo evaluaremos en 2026.

¿Cuál es la meta de Holcim?

A mediano plazo buscamos posicionarnos como un proveedor de soluciones innovadoras para la construcción en la región central del país. Y, a largo plazo, ser el primer jugador nacional de materiales de construcción. (CGC)

TELECOMUNICACIONES

ENTEL MIRA LOS HOGARES

Entel continúa ajustando sus estrategias para mantener su crecimiento de los últimos años. Ahora buscará incursionar en el segmento residencial de Internet para que su apuesta no sólo se limite al negocio móvil, donde ostenta casi un 23% de participación, de acuerdo con cifras de Osiptel.

La 'telco' chilena logró alcanzar un crecimiento de ebitda superior a 30% en 2024, a pesar de la intensa competencia en el mercado peruano. "La mejora responde a una combinación de disciplina operativa y a una estrategia comercial enfocada en rentabilidad", explica su gerente central de Legal, Regulatorio y Relaciones Institucio-

nales, Nino Boggio.

La tendencia se mantuvo en el IT25, sostenida por el buen desempeño del segmento móvil y el enfoque de la compañía en los clientes pospago, que aportan mayor *ticket* y flujos estables. La estrategia seguirá siendo clave para sostener el crecimiento, sobre todo con la próxima licitación de la banda 5G.

Sin embargo, ahora Entel también ha puesto la mirada en el segmento residencial de Internet de fibra óptica. "Explo-

ramos activamente oportunidades, en línea con nuestra visión de largo plazo. Nuestro interés en el segmento permanece", afirma Boggio.

Hasta hoy, Entel no había dirigido esfuerzos hacia ese segmento, a diferencia de sus competidores. Quedarse de brazos cruzados le costó *marketshare*: pasó de 6.17% a 0.99% entre 2019 y el IT25, según Osiptel.

Con el objetivo de recuperar el terreno perdido, el despliegue

de fibra no partiría de cero.

"Sería a través de redes neutras, que es lo que les ha funcionado en el móvil. Tender redes implica una inversión que no sólo se limita a una infraestructura diferente; también a una plataforma de atención al cliente diferente", explica el director ejecutivo de DN Consultores, Carlos Huamán.

Otra alternativa sería "comprar una empresa que ya tenga presencia en el mercado y la utilice para seguir creciendo", agrega una fuente con conocimiento del sector. Así, planea captar más clientes y aprovechar una potencial migración de usuarios de Telefónica a raíz de su venta. "Los otros jugadores saben que hay una masa de público que puede migrar y todos quieren la mayor cuota. Entel no es la excepción", advierte el exvicepresidente del Osiptel, Manuel Cipriano. (ASU)



SEMANAeconómica

JUAN PICHUHUA, JEFE DE LA SMV

“Se pedirá a las empresas revelar las remuneraciones de sus directores”

El titular de la SMV confirma que, pese al ruido generado por la propuesta, este año la entidad empezaría a exigir “información no nominal” de los sueldos de estos ejecutivos.

¿Qué lineamientos está priorizando al mando de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV)?

Las principales funciones de la SMV son proteger al inversionista y promover el desarrollo del mercado de valores. En ese sentido, ha sido importante mantener una relación permanente con los supervisados. Queremos que los mercados bancario y de valores operen sin las asimetrías generadas por la regulación. Si se trata de la misma actividad y del mismo riesgo, no puede haber reglas distintas.

¿Qué normas alista hoy la SMV?

El próximo mes publicaremos un segundo paquete de modificaciones a las normas internas de operación de los supervisados para su homogeneización. También modificaremos el reglamento de la oferta pública de adquisición (OPA), para hacer más efectivo su procedimiento, y vamos a ajustar el reporte de buen gobierno corporativo.

¿Qué ajustes se harán en el reporte de buen gobierno corporativo?

Recogiendo las recomendaciones de la OCDE, se pedirá a las empresas revelar información sobre las remuneraciones de sus directores. La idea es que salga la información de manera individual, pero no nominal. No se exigirá aún que se revele quién es el director. Este es un tema que saldrá este año.

¿Qué normativas se vienen en cuanto a la integración de bolsas?

Tenemos tres proyectos normativos en camino. El primero, que está *ad portas*, es la modificación del reglamento de operaciones que permitirá tener reglas de negociación homogéneas en las bolsas de Chile, Perú y Colombia. El segundo es el reglamento para la creación de la Cámara de Compensación y, el tercero, las reglas para que un intermediario [casa de bolsa] de fuera sea reconocido y pueda operar en el mercado local.

Para usted, ¿sería deseable la autonomía presupuestal de la SMV?

La SMV pertenece al sector público no financiero, que está bajo la rectoría del MEF y sujeto a las reglas fiscales. El MEF tiene clara la necesidad de fortalecer a la SMV y de cambios que requieren normas con rango de ley. Si requerimos algunas flexibilidades en el uso de los recursos y un marco normativo para realizar intervenciones adecuadas y rápidas.

“Queremos que los mercados bancario y de valores operen sin asimetrías”

¿Trabajan con el MEF alguna propuesta para fortalecer a la SMV en esa línea?

Hay borradores trabajados con los equipos del MEF desde hace meses, pero aún hay que presentarlos al ministro [Raúl Pérez Reyes]. Si bien la SMV no tendría la autonomía constitucional de la SBS, su actuar debería ser muy parecido en términos de ejecución presupuestaria y de capacidad de respuesta.

¿La SMV ve interés de nuevos jugadores por entrar al mercado de valores peruano?

Perú tiene condiciones para convertirse en un foco de atracción de nuevos actores en el mercado integrado. En los dos últimos años vemos un interés creciente de empresas por obtener licenciamientos o ampliar sus licencias a otras actividades. Tenemos empresas regionales, como Inviu, ya con licencia, y la boliviana BNB Valores, que está en trámite. Pero estamos siendo muy cuidadosos en la evaluación de estos jugadores. (MAP) ■



SEMANA económica



Fotomontaje

PREVISIONAL

REGLAMENTO EN REVISIÓN

Tras la prepublicación, el pasado 27 de mayo, del proyecto de reglamento de la Ley de Modernización del Sistema Previsional, los bancos, financieras, aseguradoras y cajas están en pleno proceso de análisis, de cara a decidir si ingresan como nuevos jugadores a la administración de fondos de pensiones.

El reglamento propone que las AFP y las empresas del sistema financiero puedan ser Empresas Administradoras de Fondos (EAF), siempre que cumplan con los procedimientos operativos que establezca la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

En tal sentido, el supervisor podrá disponer exigencias, tales como estándares de fortaleza financiera y experiencia en la gestión de patrimonios. El objetivo es que los nuevos jugadores del SPP cumplan con el principio vigente de separación patrimonial. "Es clave que haya una separación efectiva y estricta entre el patrimonio de la empresa y los fondos de los afiliados por razones de seguridad y de portabilidad de estos últimos", explica Enrique Díaz, presidente de MC&F consultora.

Por su parte, Jorge Espada, *managing partner* de Valoro Capital, resalta que uno de los filtros para los nuevos actores del SPP será su experiencia en la gestión de fondos.

"Hay bancos que tienen la administración patrimonial o los fondos mutuos entre sus líneas de negocio. Y también aseguradoras con experiencia en la gestión de activos", apunta Espada.

Otra disposición que favorecerá el ingreso de nuevos actores al SPP es la posibilidad de centralizar los procesos operativos mediante la subcontratación de un proveedor, que puede ser una EAF o un tercero. Una opción podría ser el uso de la plataforma

AFPnet. Sin embargo, "ahí habría que tener cuidado con los conflictos de interés", advierte Díaz.

En opinión de Espada, el reglamento propuesto no es lo suficientemente específico en varios puntos que deberán ser precisados por la SBS. Por lo pronto, la propuesta recibirá comentarios por un plazo de 15 días y la versión final debería publicarse hasta el 26 de junio. En paralelo, en el Congreso siguen avanzando varias iniciativas que abrirían la puerta a nuevos retiros de fondos. De aprobarse, serían un desincentivo para el ingreso de nuevos jugadores, y pondrían en peligro la reforma previsional. (MAP)

La SBS deberá precisar varios puntos que no detalla el reglamento

COMMODITIES

BARRIL SIN FONDO

Los precios del petróleo están bajo presión. "Inicialmente teníamos una proyección de US\$70 para el Brent, pero, al juzgar la cifra, debemos revisar a la baja", apunta la economista del Sistema de Información de Macroconsult, Pamela Bernabé.

De forma similar, Scotiabank ya redujo su proyección promedio del WTI para 2025, de US\$68 a US\$63 por barril. El ajuste refleja una nueva dinámica global de exceso de oferta y las expectativas del mercado respecto al impacto de la guerra arancelaria sobre la demanda, dice la analista de Estudios Económicos del citado banco, Katherine Salazar.

El precio del crudo sigue actuando como termómetro de las tensiones globales. Así, las últimas semanas han estado marcadas por una fuerte volatilidad. Los precios se dispararon brevemente hace unos días, luego de que un tribunal de EE.UU. declarara que los aranceles unilaterales impuestos por la administración Trump eran ilegales. Sin embargo, volvieron a caer casi de inmediato, pues el gobierno apeló el fallo y logró dejarlo sin efecto de momento.

Para el gerente de Estrategia Renta Variable de LarrainVial, Luis Ramos, el mercado está validando una visión poco optimista respecto al devenir de las negociaciones comerciales.

En su opinión, el precio promedio del WTI para este año estará en torno a los US\$65. "Desde que Trump entró [al gobierno], el precio del Brent no ha vuelto a estar por encima de los US\$70. Los temores sobre la demanda siguen prevaleciendo", complementa Bernabé, de Macroconsult.

Ni siquiera la caída reportada en los inventarios de crudo de EE.UU., que fue mayor a lo esperado, sirvió para apuntalar el precio. Ahora mismo, la atención está focalizada en

la posibilidad de que ocho países de la OPEP –entre ellos, Arabia Saudí y Rusia– aceleren la reversión de los recortes voluntarios

iniciados en abril. Un acuerdo en este sentido podría tomarse el 1 de junio. Además, el cartel mantendría sin cambios su plan general de producción (que incluye a sus demás miembros) hasta diciembre 2026, pese a los bajos precios. En opinión de Salazar, un escenario en el que la tregua de EE.UU. termina y regresan los aranceles elevados, sumado al esperado incremento de la producción de la OPEP, provocaría que el precio por barril se acerque a la zona de los US\$50 a fin de año. (JTV)

Las últimas semanas han estado marcadas por la volatilidad

Evolución del precio de WTI y Brent*
En US\$ por barril



*Futuros petróleo crudo WTI - Jul 2025 -
Futuros petróleo Brent - Ago 2025

Fuente: Investing

"Este año esperamos triplicar el volumen de los créditos"

Juan Fernando Villena, CEO de Powerpay, señala que este 2025 la *fintech* está enfocada en sumar nuevos comercios y ampliar su base usuarios. Actualmente, el *ticket* promedio de sus préstamos asciende a S/1,200.



SEMANA ECONÓMICA

¿Cuál es el modelo de negocio de Powerpay, la *fintech* de BBVA y Breca?

Se basa en el esquema 'compra ahora y paga después'. Le permite a las personas financiar compras en cuotas fijas con cualquier tarjeta de crédito, pero sin usar sus líneas de crédito y mediante un proceso 100% digital. A las empresas que lo implementan las ayuda a incrementar sus ventas.

¿Cómo va la colocación de créditos?

Empezamos en abril de 2023 y venimos creciendo sostenidamente en los últimos 18 meses. El crédito está disponible en el mismo punto de venta. Hoy, nuestro foco está en sumar muchos comercios nuevos y

en trabajar la base de usuarios. El 40% de los usuarios ya ha realizado recompras.

¿Cuál es el *ticket* de los préstamos?

El promedio está hoy en S/1,200. Pero es más alto en las tiendas físicas que en las tiendas virtuales, que registran muchas más transacciones. La línea de crédito más baja que hoy otorgamos es de S/1,800 y el monto máximo que financiamos es S/20,000.

¿Cuántos comercios tienen afiliados?

Tenemos 250 comercios, que incluyen canales digitales, físicos y telefónicos asistidos. Hay empresas que nos contratan en todos sus canales. Son principalmente de los

rubros de tecnología, electro-hogar, moda y educación. Y vamos a seguir incorporando a más comercios.

¿Cuál es la expectativa de crecimiento de Powerpay para este año?

Esperamos triplicar el volumen de créditos que hicimos el 2024, que fue muy bueno. En paralelo, seguiremos mejorando nuestro modelo de riesgo y sumando soluciones que, por ejemplo, le permitan a los comercios cambiar o no las reglas de riesgo para aprobar un crédito. También estamos trabajando mucho en tener una buena conectividad y explorando ofertas de financiamiento con cuotas mayores a 12 meses. (MAP)

GESTIÓN PATRIMONIAL

El adiós de la antigua banca privada



Esther de la Fuente,
Gerente de Asesoría Patrimonial de BCP

Que la antigua 'banca privada' pase a denominarse 'gestión patrimonial' es mucho más que un *rebranding*. Es la señal de una inminente transformación.

¿Debe la banca de gestión patrimonial estar en capacidad de asesorar a un cliente en temas como la protección financiera de un familiar con discapacidad o la capacitación de hijos adolescentes en inversiones? Hoy, para mí, la respuesta es sí. Y es que la asesoría actual va más allá del manejo de las inversiones; se basa en relaciones de confianza, en acompañar al cliente en todas las dimensiones que implica el manejo de su patrimonio a largo plazo.

En buena medida, esto explica porque las bancas dirigidas a clientes de alto patrimonio ahora se denominan 'gestión patrimonial' y ya no 'banca privada'. Lo que hay detrás es una evolución real, no sólo un *rebranding*.

El aumento de las normativas sobre transparencia financiera es un catalizador de este cambio. Las preocupaciones por actividades ilícitas, propias de un mundo más globalizado, han llevado a las autoridades a imple-

mentar regulaciones más estrictas. En consecuencia, los asesores deben garantizar que las estructuras patrimoniales y transaccionales sean completamente transparentes y se ajusten a las normativas vigentes.

El otro motor de cambio ha sido la asesoría integral. Antes, el foco estaba en brindar asesoría sobre el manejo de activos financieros como acciones, bonos y fondos. Hoy, esas necesidades han evolucionado y, ahora, la gestión patrimonial incorpora una visión mucho más holística. No sólo se trata de generar rendimiento sobre las inversiones, sino de preservar, proteger y transferir la riqueza a futuras generaciones.

Esto incluye, además de la asesoría usual relacionada a productos y servicios bancarios, servicios como el planeamiento financiero, sucesorio y soluciones crediticias esenciales para garantizar que los legados se distribuyan conforme a los deseos del cliente y de manera eficiente, desde el punto de vista fiscal. No se trata de una estrategia de *marketing*, sino de una auténtica evolución. ■

CULTURA ORGANIZACIONAL

Prejuicios costosos

Las empresas peruanas que buscan contratar personal con discapacidad aún deben sortear diversos obstáculos internos y externos para incluirlos de forma efectiva en sus organizaciones.

Los avances en la inclusión laboral de las personas con discapacidad continúan siendo escasos. En un contexto donde aún priman la falta de voluntad y los prejuicios respecto a la empleabilidad de este colectivo (SE1886), las empresas interesadas en contratarlos avanzan a tientas. “La mayoría no sabe qué adaptaciones necesita, cómo identificar puestos compatibles o cómo adaptar procesos sin caer en el asistencialismo”, explica Ximena Rodríguez, gerenta de AddmeWork, consultora especializada en asesoría para la contratación de personas con discapacidad.

Esto torna más compleja la implementación de ajustes razonables; es decir, de adaptaciones necesarias para que un trabajador con discapacidad desempeñe sus labores, como la adaptación de mobiliario, acceso a espacios de trabajo o el uso de tecnología asistida. Empresas como DHL Supply Chain, por ejemplo, han optado por abordar esta inclusión mediante capacitaciones para todo su personal y “la evaluación de la infraestructura existente y la integración de criterios de accesibilidad en el diseño de nuevos espacios de trabajo”, como cuenta su *HR Business Partner* en Perú, Ulda Montoya. Pero en otras organizaciones existe el prejuicio de que estos ajustes demandan inversiones cuantiosas, cuando no todos requieren un desembolso. “Existe una visión asisten-

cialista en las empresas sobre la inclusión de personas con discapacidad. Esta limita la manera de abordar la urgente necesidad de construir espacios laborales que puedan incorporarlos”, reconoce el CEO de Bigmond Group, Fernando Gonzales.

La escasez de talento calificado, la falta de cooperación entre entidades públicas y una burocracia ineficiente también complican los contados esfuerzos del sector privado. “Existe temor a invertir, adecuar y no lograr la captación deseada”, indica el gerente comercial de ManpowerGroup, Daniel Galdos. Y la búsqueda de personal se torna incluso más compleja cuando se

requiere la emisión de un certificado de discapacidad emitido por el Ministerio de Salud (Minsa) para que el empleado sea contabilizado dentro de la cuota que exige la normativa. “En la misma planilla del trabajador pones si tiene o no discapacidad. En base a eso, Sunafil

pide la certificación”, señala el socio del estudio Payet, Rey, Cauvi, Pérez Abogados, Brian Ávalos.

Muchos trabajadores, sin embargo, no quieren certificarse para no ser estigmatizados. Otros buscan evitar la certificación, un proceso que puede tardar semanas y en el cual el personal público encargado no está plenamente capacitado para acompañar y asesorar a quienes lo atraviesan. “Estamos a punto de sacar un curso [...] se quiere que el personal comprenda la condición de salud de las personas que van a buscar atención”, dice el director ejecutivo de la Dirección de Prevención y Control de la Discapacidad del Minsa, Richard Ruiz.

La falta de colaboradores certificados implica que, incluso cuando las empresas logren adaptar su proceso de selección, contratar a una persona con discapacidad y realizar los ajustes razonables que se necesite, ese avance no se evidenciará en indicadores nacionales. Una falta de visibilidad que, a la vez, perpetúa el desconocimiento y la exclusión. (MAB) ■

“Existe una visión asistencialista sobre la inclusión de personas con discapacidad”



Getty Images



Gilson Magalhaes y Ezequiel Picardo

TECNOLOGÍA

"Esperamos que Perú crezca más que el promedio de Latam"

Red Hat, propiedad de IBM, anticipa que sus ventas en Perú crecerán 20% en 2025. Gilson Magalhaes (GM), su VP para Latinoamérica, y Ezequiel Picardo (EP), *country manager* para Perú y Chile, comparten los *drivers* detrás de la proyección.

Acaban de anunciar una alianza con Meta. ¿Cómo impactará a sus clientes?

GM: Son muchas alianzas, Meta es una de ellas. Llama [la IA de código abierto* de Meta] va a correr en nuestra infraestructura. Nuestros clientes podrán usarla como una alternativa más dentro de la plataforma de Red Hat, que es *open source*.

Hacemos una conexión con soluciones como Llama o GPU [de Nvidia] para que el cliente pueda usarlas adaptadas a su negocio y de forma aceptable desde el punto de vista del costo.

Sus ventas globales crecieron a doble dígito en 2024.

¿Cuánto crecieron en Perú?

EP: Entre 10% y 20%. No podemos dar el dato exacto.

¿A qué atribuyen el incremento?

EP: Vemos en Perú, el año pasado y este año, la intención de empresas [y] del gobierno de utilizar tecnologías. Acompañamos sus aplicaciones antiguas a una modernización. Eso nos permite crecer orgánicamente.

Tenemos tres plataformas [infraestructura, modernización de aplicaciones y automatiza-

ción] que se complementan muy bien con otros proveedores del mercado. Podemos estar en la nube, *on-premise* y tener una combinación de ambos. Ahora se agrega la plataforma de inteligencia artificial. El crecimiento se da por la aceptación del mercado a la plataforma.

¿Cuánto crecerían en 2025?

GM: Esperamos que Perú crezca más que el promedio de Latinoamérica.

¿Por encima del 20%?

GM: Deseamos eso y hay muchas chances de superar el 20%.

¿Qué drivers impulsarán su crecimiento este año?

GM: La presencia de IBM puede ayudarnos a apalancar nuestro negocio. En otros países donde tenemos a IBM fuerte, eso pasó. Esperamos contar con la ayuda de ellos y de los *partners*.

¿Buscarán nuevos clientes?

GM: Hoy nuestro gran negocio en América Latina es el mercado financiero. Las charlas con los bancos, especialmente aquí, están caminando muy rápido. Este año el crecimiento estará muy enfocado en ese mercado. (MAB)

CULTURA ORGANIZACIONAL

El respeto como cultura, no como eslogan



Renzo Rossi Escuza,

Consultor y experto en estrategia de personas

Hoy, muchas empresas confunden el respeto con evitar el conflicto. Respetar es tener el coraje de cuidar la forma, sin disfrazar la verdad.

“Vamos a respetarnos tanto que nadie querrá decir lo que piensa”, fue la frase cruda, y a la vez certera, que un día me dijo una gerenta. En muchas organizaciones como la suya, el respeto se ha convertido en un eslogan bonito. Suena bien en el papel, pero se aplica como censura disfrazada de cortesía. Se confunde respeto con silencio. Con evitar el conflicto.

Respetar, sin embargo, no es callarse. Es tener el coraje de hablar con claridad, sin disfrazar la verdad. De cuidar la forma, sin perder el fondo. En un entorno adulto, disentir no es traicionar. Es crecer. Pero eso todavía es contracultural.

Según McKinsey, el 70% de quienes renuncian lo hacen por sentirse ignorados o no valorados en su trabajo. Y un estudio de Georgetown demuestra que la falta de respeto es una de las principales causas de desgaste emocional.

El respeto no es sólo ético, es estratégico. Pero, en América Latina, decir lo que se piensa sigue siendo riesgoso. Si cuestionas algo, te tildan de inmaduro, de “conflictivo”. Muchos prefieren callar. No por prudencia, sino por miedo. Y ahí empieza a estropearse la cultura.

Es entonces donde nace el dilema: ¿cuánta autenticidad estamos dispuestos a sacrificar sólo para encajar? El respeto real no se ve en los valores impresos en la pared de una oficina, sino en las conversaciones incómodas. Cuando se desafían ideas, se da un *feedback* difícil o se dice una verdad incómoda.

La claridad, como dice la escritora Brené Brown, es una forma de amabilidad. Pero también requiere valentía. Y aunque la claridad a veces incomode, sin incomodidad no habrá progreso.

Las nuevas generaciones no toleran lo que antes se aguantaba en silencio. Exigen respeto, sí. Y también autenticidad.

Una cultura sólida no evita los conflictos. Los enfrenta bien. Porque lo contrario al respeto no es el grito: es la indiferencia. Y esa sí puede destruirlo todo desde adentro.

*El software *open source* o de código abierto está diseñado para ser accesible. Cualquiera puede ver, modificar y distribuir el código.

Bac<us



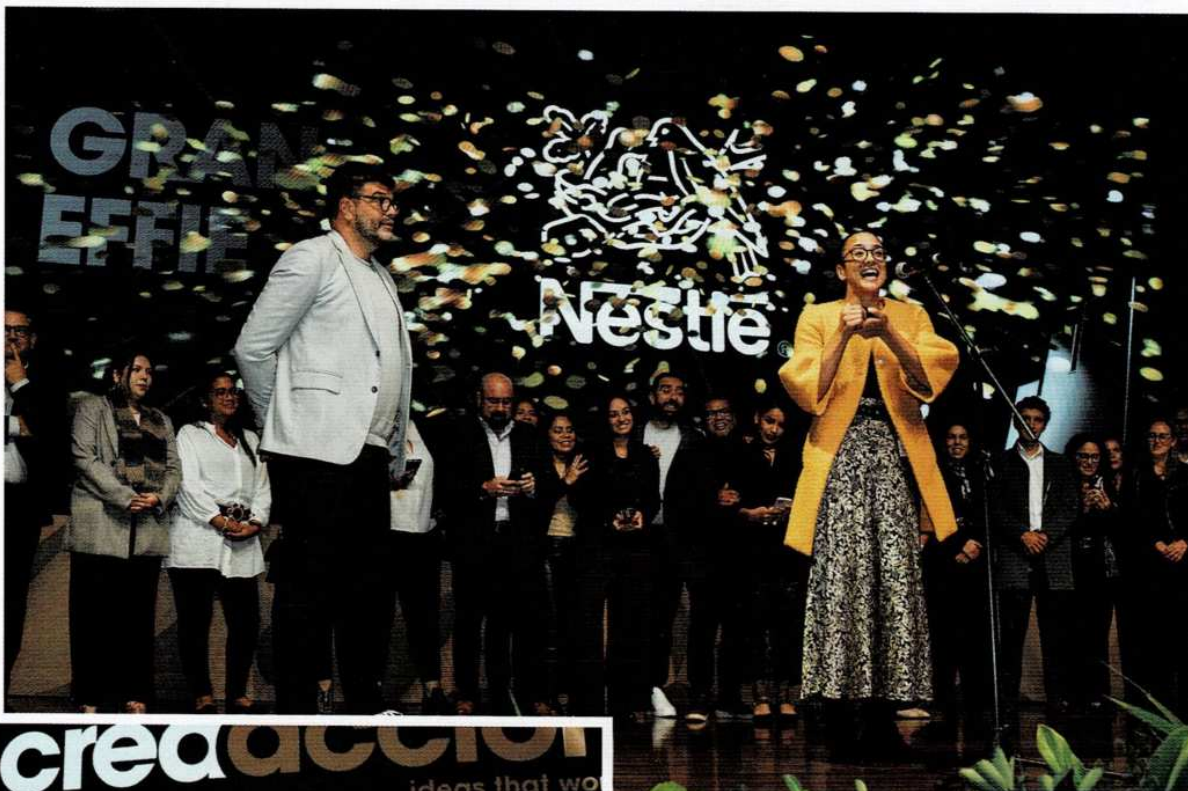
Mejor anunciante del Año: Backus AB InBev

GRAN NOCHE DE PREMIOS

El martes 28 se llevó a cabo la ceremonia de premiación de los Effie Awards 2025 en el auditorio del Colegio de Ingenieros, en San Isidro. Un jurado de profesionales definió al ganador del Gran Effie 2025: Panetón D'Onofrio con "Charitón: de la tele a la góndola", de Nestlé Perú, América TV y McCann Lima. ■



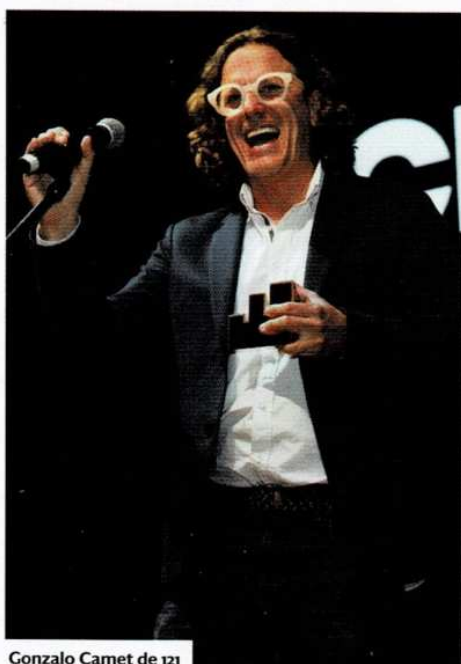
Diego Hermosilla, director ejecutivo Valora, Flavia Maggi VP de ipsos y Héctor Hermosilla fundador de Valora



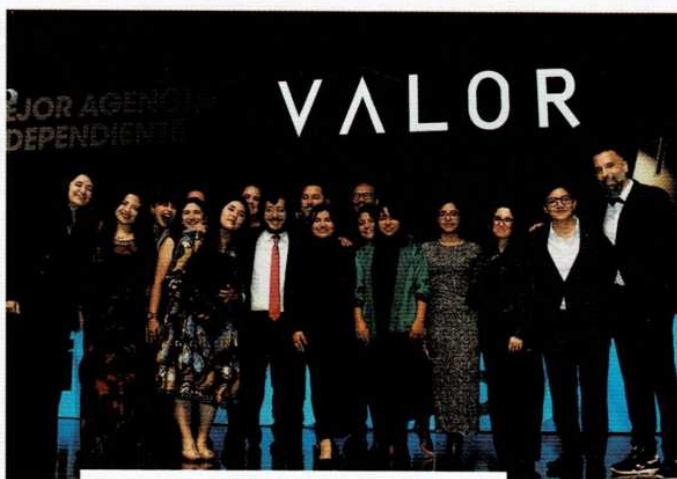
Gran Effie - Nestlé. Categoría Extensión de línea - productos con el caso 'Charitón: de la tele a la góndola



Mejor agencia de Medios del Año: OMD Perú



Gonzalo Camet de 121



Agencia del Año (Independiente): VALOR Group

GANADORES 2025

	MARCA	TÍTULO DEL CASO	ANUNCIANTE	AGENCIA
ALIMENTOS				
ORO	ALACENA	EL MATCH PERFECTO DE ALACENA CON LA COMIDA PERUANA	ALICORP	VML PERÚ, MEDIAHUB
BRONCE	LECHE GLORIA	PROMO GLORIOSA 2024	GLORIA S.A.	STARCOM PERÚ, FAHRENHEIT DDB
ASOCIACIONES DE CONTENIDO DE MEDIOS				
PLATA	PANETÓN D'ONOFRIO	CHARTÓN: DE LA TELE A LA GÓNDOLA	NESTLÉ PERÚ	AMÉRICA TV, MCCANN LIMA, APOYO COMUNICACIÓN, THRIVE
BAJO PRESUPUESTO				
PLATA	TADA	REFRESHING COMPLAINTS	BACKUS AB INBEV	DRAFTLINE, CRP RADIOS
BANCA Y FINANZAS				
ORO	BANCO PICHINCHA	TU OTRO BANCO	BANCO PICHINCHA	WHY NOT?, KANTAR WORLD PANEL PERÚ, CENTRAL MEDIA
BRONCE	BCP	LA JUGUETERÍA REGALONA DEL CUY MÁGICO	BANCO DE CRÉDITO BCP	CIRCUS GREY, OMD PERÚ
BEBIDAS ALCOHÓLICAS				
PLATA	CUSQUEÑA	LATA 473	BACKUS AB INBEV	LEO PERÚ, ZENITH MEDIA PERÚ, DRAFTLINE
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS				
ORO	INCA KOLA	EN FIESTAS PATRIAS, CELEBREMOS NUESTRAS DIFERENCIAS CON ESO QUE NOS UNE.	THE COCA-COLA COMPANY PERÚ, ARCA CONTINENTAL LINDLEY	MCCANN LIMA, ESSENCE MEDIA COM PERÚ, VML PERÚ, BURSON PERÚ
PLATA	LECHE GLORIA	LO ESTÁS HACIENDO BIEN	GLORIA S.A.	FAHRENHEIT DDB, STARCOM PERÚ
BRONCE	CORONA CERO	EL VERDADERO GANADOR DE PARÍS 2024	BACKUS AB INBEV	LEO PERÚ, ZENITH MEDIA PERÚ
BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL				
BRONCE	DENTO	EL BUEN DIENTE	ALICORP	ROSADO TOLEDO &, IPG MEDIA BRANDS PERÚ, GRUPO LUCKY, MEDIAHUB
BRANDED CONTENT				
PLATA	PÍCARAS	FLECHADOS, EL JUEGO QUE CONQUISTÓ A LOS GAMERS EN SAN VALENTÍN	COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES	DIGITAS PERÚ, IPG MEDIA BRANDS PERÚ
CAMBIO POSITIVO BIEN SOCIAL - MARCAS				
ORO	CUSQUEÑA	AMUNAS. SIEMBRA DE AGUA	BACKUS AB INBEV	LEO PERÚ, ZENITH MEDIA PERÚ, DRAFTLINE
PLATA	WOW	COLEGIOS WOW: DEMOCRATIZANDO EL ACCESO A INTERNET EN EL PERÚ	WOW PERÚ	ZOMBIELAND, PORTER NOVELLI, INITIATIVE PERÚ
BRONCE	YAPE	TELETÓN, EL PARTIDO DE TODOS	YAPE	121 LATAM, OMD PERÚ
COMUNICACIÓN INTERNA				
ORO	BCP	COMUNICACIÓN QUE PREVIENE INCIDENTES DE CIBERSEGURIDAD	BANCO DE CRÉDITO BCP	DUEPIK, MACUMBA FILMOGRÁFICA
COMUNIDADES COMPROMETIDAS				
ORO	RÍMAC SEGUROS	ESTAR BIEN, CONVIRTIENDO UNA PLATAFORMA, EN UNA COMUNIDAD DONDE TODO ES POSIBLE	RÍMAC SEGUROS Y REASEGUROS	DIGITAS PERÚ, STARCOM PERÚ, REVENUE
CUIDADO DE LA SALUD				
BRONCE	PACÍFICO SEGUROS	EL LADO MÁS HUMANO DE LOS SEGUROS	PACÍFICO SALUD	MULLENLOWE SSP3 PERÚ, OMD PERÚ
DAVID Y GOLAT				
BRONCE	INKA CHIPS	RESPETA LAS PAPAS	INKA CROPS	CIRCUS GREY, RESET LOCAL PLANET
EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN				
PLATA	BRITÁNICO	TU INGLÉS AL MÁXIMO PODER.	BRITÁNICO	VALOR GROUP, CARAT PERÚ
PLATA	ISIL	APRENDO A MI MANERA	ISIL	VALOR GROUP, MEDIA CONNECTION
BRONCE	UPC	LA UNIVERSIDAD MÁS INNOVADORA DEL PERÚ. SE UNE A MINERVA LA UNIVERSIDAD MÁS INNOVADORA DEL MUNDO.	UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS - UPC	TBWA PERÚ, OMD PERÚ, RESET LOCAL PLANET
ENTRETENIMIENTO Y DEPORTES				
ORO	HEINEKEN	HEINEKEN Y LA UEFA CHAMPIONS LEAGUE: EL EVENTO DEPORTIVO MÁS MEMORABLE DEL 2024	HEINEKEN PERÚ	OGILVY PERÚ, HENRI BARRETT STUDIO, CARAT PERÚ, UPPERCAT
PLATA	PUMA	HOME KIT 2025	PUMA	LEMON., HAVAS PERÚ
EQUIPAMIENTO Y MEJORA DEL HOGAR				
ORO	CPP	PINTA PE CON CPP	QROMA	VML PERÚ, UM PERÚ
PLATA	AMERICAN COLORS	CUANDO RENOVAR ESPACIOS TAMBIÉN RENUEVA EL CRECIMIENTO EN VENTAS.	QROMA	MCCANN LIMA, UM PERÚ
PLATA	ROTOPLAS	TERMAS ROTOPLAS: UN INVIERNO CALIENTÍSSIMO	ROTOPLAS	21 AGENCIAS
ÉXITO SOSTENIDO - MARCAS				
ORO	APUESTA TOTAL	PARA GANAR HAY QUE CREER	APUESTA TOTAL	VALOR GROUP, UM PERÚ
PLATA	CREDICÁLIDDA	3 AÑOS DICIÉNDOLE QUE SÍ A LOS PERUANOS EXCLUIDOS POR EL SISTEMA FINANCIERO.	CÁLIDDA. GAS NATURAL DEL PERÚ	MCCANN LIMA, OMD PERÚ
BRONCE	PLAZA VEA	EL PODER DE UN DISCURSO CONSTANTE: LA FÓRMULA PARA MANTENERNOS EN LA CIMA	SUPERMERCADOS PERUANOS	FAHRENHEIT DDB
BRONCE	WIN	EL INTERNET DE LOS WINNERS	WIN	LEMON., RESET LOCAL PLANET

MARCA	TÍTULO DEL CASO		ANUNCIANTE	AGENCIA
EXTENSIÓN DE LÍNEA - PRODUCTOS				
ORO	PANETÓN D'ONOFRIO	CHARITÓN: DE LA TELE A LA GÓNDOLA	NESTLÉ PERÚ	AMÉRICA TV, MCCANN LIMA, APOYO COMUNICACIÓN, THRIVE
PLATA	KFC	LA RECETA SECRETA SE PUSO PICANTE	KFC PERÚ	MULLENLOWE SSP3 PERÚ, PHD PERÚ, NEW LINK
BRONCE	SUAVE	SUAVE RINDEMAX SE PUSO MÁS FUERTE	KIMBERLY-CLARK	VALOR GROUP, CÍRCULO HUB, OMD PERÚ
GOLOSINAS, POSTRES Y SNACKS				
ORO	INKA CHIPS	RESPELA LAS PAPAS	INKA CROPS	CIRCUS GREY, RESET LOCAL PLANET
BRONCE	CASINO	NADASABEMEJORQUEMANDARSE	ALICORP	VML PERÚ, MEDIAHUB
BRONCE	PANETÓN BLANCA FLOR	¡ATRÉVETE A PROBAR BLANCA FLOR!	ALICORP	VML PERÚ, MEDIAHUB
GRANDES EVENTOS				
BRONCE	PIZZA HUT	GRANDES PATROCINADORES VS EL FUTBOLERO SOCIAL DE PIZZA HUT	DELOSI	MULLENLOWE SSP3 PERÚ, PHD PERÚ, NEW LINK
IDEA DE MEDIOS				
PLATA	CLARO	RÁPIDOS Y LEGALES	CLARO PERÚ	VALOR GROUP, YOUNANQUI BBDO, HAVAS PERÚ, COMUNICA+A
BRONCE	CORONA	RELAXING ADS	BACKUS AB INBEV	LEO PERÚ, ZENITH MEDIA PERÚ
INNOVACIÓN EN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR				
BRONCE	CREDICÁLIDA	CREDICHAT: DEL WHATSAPP A TU PUERTA	CÁLIDA: GAS NATURAL DEL PERÚ	MCCANN LIMA, OMD PERÚ
INNOVACIÓN EN MARKETING - SERVICIOS				
PLATA	PACÍFICO SEGUROS	ASEGÚRATE EN UN YAPEO. REESCRIBIENDO EL ASEGURAMIENTO EN EL PERÚ	PACÍFICO SEGUROS	OMD PERÚ, ROBBY RALSTON, YAPE
BRONCE	BETSSON	PAOLO Y 20 BULKY FRUITS JUEGAN DE LOCALES	BETSSON	THE JUJU AGENCY, OMD PERÚ
INTEGRACIÓN ESTRATÉGICA DE MARCAS				
ORO	ENTEL	SI ERES #PREPAGOPOWER DE ENTEL RECARGA CON YAPE Y CANJEA TU YAPA	ENTEL PERÚ	MCCANN LIMA, SPARK FOUNDRY
PLATA	PANETÓN D'ONOFRIO	CHARITÓN: DE LA TELE A LA GÓNDOLA	NESTLÉ PERÚ	AMÉRICA TV, MCCANN LIMA, APOYO COMUNICACIÓN, THRIVE
BRONCE	PACÍFICO SEGUROS	ASEGÚRATE EN UN YAPEO. REESCRIBIENDO EL ASEGURAMIENTO EN EL PERÚ	PACÍFICO SEGUROS	OMD PERÚ, ROBBY RALSTON, YAPE
INTELIGENCIA ARTIFICIAL				
BRONCE	PUMA	HOME KIT 2025	PUMA	LEMON., HAVAS PERÚ
INTERNET Y TELECOMUNICACIONES				
ORO	CLARO	ADVÍNCULA JUEGA EN LA LIGA 1	CLARO PERÚ	VALOR GROUP, YOUNANQUI BBDO, HAVAS PERÚ, COMUNICA+A
PLATA	WIN	JALACABLES	WIN	LEMON., RESET LOCAL PLANET
PLATA	WIN	QUE NO TE FLOREEN	WIN	LEMON., RESET LOCAL PLANET
BRONCE	ENTEL	VIP: VERY IMPORTANT PREPAGO	ENTEL PERÚ	MCCANN LIMA, SPARK FOUNDRY
LANZAMIENTO NUEVOS PRODUCTOS				
PLATA	CORONA CERO	EL VERDADERO GANADOR DE PARÍS 2024	BACKUS AB INBEV	LEO PERÚ, ZENITH MEDIA PERÚ
BRONCE	WENAZAS	UNA CAMPAÑA WENAZA	MOLITALIA	TBWA PERÚ, INITIATIVE PERÚ, BURNS LIMA
MARKETING DE INFLUENCERS				
PLATA	ROTOPLAS	TERMAS ROTOPLAS: UN INVIERNO CALIENTITO OHHH	ROTOPLAS	21 AGENCIAS
MARKETING ESTACIONAL - PRODUCTOS				
ORO	INCA KOLA	EN FIESTAS PATRIAS, CELEBREMOS NUESTRAS DIFERENCIAS CON ESO QUE NOS UNE	THE COCA-COLA COMPANY PERÚ, ARCA CONTINENTAL LINDLEY	MCCANN LIMA, ESSENCE MEDIA COM PERÚ, VML PERÚ, BURSON PERÚ
PLATA	CUSQUEÑA	LE DIJE A MAMÁ	BACKUS AB INBEV	LEO PERÚ, ZENITH MEDIA PERÚ, DRAFTLINE
BRONCE	LECHE GLORIA	EL AMOR MÁS BONITO	GLORIA S.A.	THE JUJU AGENCY, STARCOM PERÚ
BRONCE	CPP	PINTA PE CON CPP	QROMA	VML PERÚ, UM PERÚ
MARKETING ESTACIONAL - SERVICIOS				
ORO	ISIL	APRENDO A MI MANERA	ISIL	VALOR GROUP, MEDIA CONNECTION
PLATA	ENTEL	TENEMOS EL REGALO PERFECTO PARA QUE MAMÁ NO PARE DE PRESUMIR (DE SU HIJO)	ENTEL PERÚ	MCCANN LIMA, SPARK FOUNDRY
BRONCE	BCP	ANALÍTICA PREDICTIVA APLICADA AL MARKETING ESTACIONAL PARA CUIDAR A NUESTROS CLIENTES FRENTE AL FRAUDE DIGITAL	BANCO DE CRÉDITO BCP	DUEPIK, OMD PERÚ
MOMENTO OPORTUNO				
ORO	PARACAS	POR UN PERÚ SIN PAPELONES	PAPELERA REYES	BOOST BRAND ACCELERATOR
PLATA	CLÍNICA SAN FELIPE	UN DÍA POR LAS MUJERES	CLÍNICA SAN FELIPE	ALWAYS ON PERÚ, OMD PERÚ, COLMIENA DIGITAL EXPERIENCE
BRONCE	BCP	#NOACECTO: EDUCACIÓN FINANCIERA PARA PAREJAS	BANCO DE CRÉDITO BCP	APACHETA COMUNICACIONES, OMD PERÚ

MARCA	TÍTULO DEL CASO	ANUNCIANTE	AGENCIA
NEGOCIO A NEGOCIO (B2B)			
ORO	KUNTEX	EXPERTO EN LAVADO PROFESIONAL	ALICORP
PLATA	CAJA AREQUIPA	NO NOS SUBIMOS AL COCHE, TE AYUDAMOS A EMPUJARLO.	CAJA AREQUIPA
BRONCE	INSUMA	TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA UN ABASTECIMIENTO MUY HUMANO.	ALICORP
BRONCE	PROGRESOL PLUS	PEPE Y TITO LLEVAN TU FERRETERÍA A LA TELE	DIGICEM
PROMOCIONES - PRODUCTOS			
ORO	KFC	POLLO POR DIENTE	KFC PERÚ
PLATA	PANETÓN BLANCA FLOR	¡ATREVETE A PROBAR BLANCA FLOR!	ALICORP
BRONCE	BURGER KING	SOMOS TU MEDIA WHOPPER: AMOR A TU MANERA	DELOSI
PROMOCIONES - SERVICIOS			
ORO	ENTEL	SI ERES #PREPAGOPower DE ENTEL RECARGA CON YAPE Y CANJEA TU YAPA	ENTEL PERÚ
PLATA	TOTTUS	TOTTUS A S/ 1: CUANDO UNA PROMO SE VUELVE NOTICIA NACIONAL	HIPERMERCADOS TOTTUS
BRONCE	ENTEL	TENEMOS EL REGALO PERFECTO PARA QUE MAMÁ NO PARE DE PRESUMIR (DE SU HIJO)	ENTEL PERÚ
RENACIMIENTO DE MARCAS - SERVICIOS			
PLATA	COMPARTAMOS FINANCIERA	AHORROS	COMPARTAMOS FINANCIERA
RENACIMIENTO DE MARCAS - PRODUCTOS			
PLATA	LECHE GLORIA	LO ESTÁS HACIENDO BIEN	GLORIA S.A.
REPUTACIÓN CORPORATIVA			
ORO	FALABELLA	ARRIBA PERUANAS TAL COMO SOMOS. MI HERENCIA ME HACE FUERTE	SAGA FALABELLA
PLATA	BCP	UNA BECA BCP ABRE PUERTAS	BANCO DE CRÉDITO BCP
PLATA	CUSQUEÑA	AMUNAS. SIEMBRA DE AGUA	BACKUS AB INBEV
BRONCE	ALICORP	OLLAS QUE DESARROLLAN	ALICORP, PREMIOS SUMMUM
RETAIL			
ORO	YAPE TIENDA	TODO LO QUE TE JALA EL OJO ESTÁ EN YAPE TIENDA	YAPE
PLATA	CASAIDEAS	VIVIR BONITO HOY ES POSIBLE	CASAIDEAS PERÚ
BRONCE	PUMA	HOME KIT 2025	PUMA
YOUTH MARKETING			
ORO	YAPE	YAPE GAMING: MOMENTOS ÉPICOS	YAPE
BRONCE	SUBLIME	MÉTELE CHOCOLATE A TU VIDA	NESTLÉ PERÚ

GRAN EFFIE

PANETÓN D'ONOFRIO
CHARITÓN: DE LA TELE A LA GÓNDOLA

NESTLÉ PERÚ
AMÉRICA TV, MCCANN LIMA, APOYO COMUNICACIÓN, THRIVE

MEJOR ANUNCIANTE: BACKUS AB INBEV
MEJOR AGENCIA DE RED: MCCANN LIMA

MEJOR AGENCIA INDEPENDIENTE: VALOR GROUP
MEJOR AGENCIA DE MEDIOS: OMD PERÚ

Mirella Velásquez,
CEO de Hermes y miembro de Es Hoy,
con egresadas ¡EPA! de la empresa.



**En el Perú,
más de 8 millones
de jóvenes y adultos
no han terminado el colegio.**

**Tu empresa puede cambiar esta
realidad sumándose a ¡EPA!
(Educación Para Adultos).**

**¡EPA! es un programa gratuito de acompañamiento a
empresas impulsado por Es Hoy, que busca que sus
trabajadores, familiares de trabajadores y/o proveedores
culminen sus estudios básicos en una escuela pública.
Súmate a las más de 70 empresas que ya son parte de
esta gran transformación de la educación desde el
sector privado.**

Conoce más en www.eshoy.pe/epa

Educación Para Adultos
¡EPA!
Una iniciativa de **eshoy**



Pilita Clark

¿Trabajarías 32 horas de lunes a domingo?

Un jefe cree que esto podría ser mejor que la semana laboral tradicional de cuatro días.

Hace unas semanas, el jefe de 29 años de una pequeña *startup* tecnológica de Gales anunció en LinkedIn que iba a probar una nueva forma de trabajar. “Vamos a abandonar la semana laboral de cuatro días”, declaró Aled Nelmes.

Su personal llevaba dos años trabajando aproximadamente 32 horas semanales de lunes a jueves, sin ninguna reducción salarial respecto a la anterior semana de cinco días. Según explicó, esto había impulsado la producción y la retención del personal. Así que iba a ir un paso más allá, con una prueba de tres meses de una semana laboral completamente flexible de 32 horas. Los empleados podían trabajar a cualquier hora, cualquier día, de lunes a domingo, donde quisieran. La idea era hacer que Lumen SEO —la empresa de optimización de motores de búsqueda basada en Cardiff que fundó en 2020— fuera lo más atractiva posible para padres, nuevos empleados y sus siete trabajadores actuales.

La respuesta a su publicación, sin duda, fue enorme. Casi 1,000 personas comentaron sobre esta idea que, para muchos, sonaba “épica”, “brillante” e “impresionante”. Varios preguntaron si Nelmes estaba contratando personal (y planea hacerlo). Y algunos plantearon las primeras preguntas que me vinieron a la mente: ¿Cómo es posible que

La semana laboral de cuatro días ha demostrado ser más tenaz de lo que predijeron los críticos, aunque quizás no tan exitosa como esperaban algunos activistas

algo así funcione? ¿Cómo se sabe quién trabaja y cuándo? ¿El personal se siente obligado a estar disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana? ¿Cómo logra la empresa responder a las necesidades de sus clientes?

Nelmes admite que el esfuerzo requiere disciplina. Utiliza una plataforma de *software* para delegar tareas al personal cada lunes, dependiendo de las horas que se espera que dure cada trabajo. Una herramienta de mensajería informa a todos sobre quién está disponible y quién no. Y se preparan con mucha atención las reuniones para evitar perder tiempo.

Todos tienen que trabajar a la vez al menos dos o tres horas a la semana. Pero Nelmes cree que, en general, el mundo laboral corporativo está demasiado industrializado para la era digital. Por lo tanto, conviene permitir que las personas configuren su horario laboral tanto como sea posible. “Yo sostendría que, como los empleados tienen más tiempo fuera del trabajo concentrado, reglamentado y estructurado, tienden a llegar a la oficina con más ideas”, afirma.

Hasta ahora, Lumen parece ser una excepción. La Fundación de la Semana de 4 Días del Reino Unido lleva años promoviendo una semana laboral de 32 horas y cuatro días, pero su director de campaña, Joe Ryle, afirma que la



BBVA

CLUB DELA
INICIACIÓN

mayoría de las empresas que adoptan la idea trabajan cuatro días laborables.

Una minoría de organizaciones ha probado 32 horas en cinco días laborables, según Ryle. Sin embargo, él no conocía ninguna que haya probado la versión completa de Lumen, de 32 horas en siete días.

Entiendo por qué algunos podrían intentarlo, si trabajan en un sector administrativo y tienen una empresa como Lumen, cuyo personal realiza mucho trabajo de forma individual, enfocándose en tareas como la redacción de material para los sitios *web* de sus clientes. También necesitarían un jefe como Nelmes, a quien le gusta viajar y quien pasa el invierno en las Islas Canarias durante semanas. (“Conoces a mucha gente interesante y es mucho más saludable”, dice). Y estoy segura de que es más fácil si la empresa es pequeña.

Aun así, la prueba de Lumen encaja con la transición hacia un trabajo más flexible impulsada por la pandemia del Covid-19, que se ha mantenido a mayor escala durante más tiempo del que muchos esperaban, incluyéndome a mí. La semana laboral convencional de cuatro días ha demostrado ser más tenaz de lo que predijeron los críticos, aunque quizás no tan exitosa como esperaban algunos activistas. La página *web* de empleo Indeed afirma que la proporción de anuncios que mencionan la semana



de cuatro días ha aumentado notablemente desde 2020 en EE.UU., Alemania, Francia, Canadá y el Reino Unido. Sin embargo, sigue estando por debajo del 1% incluso en el Reino Unido, que tiene la mayor proporción de los cinco países.

En 2022, Bélgica les otorgó a los trabajadores el derecho a solicitar una semana de cuatro días, pero sólo condensando las horas existentes, no reduciéndolas. Otras regiones han probado la idea, al igual que muchas empresas.

De las 61 organizaciones que participaron en un gran ensayo de seis meses en el Reino Unido en 2022, 56 decidieron continuar con el modelo,

según la Fundación de la Semana de 4 Días, que ya ha acreditado a más de 230 organizaciones de cuatro días. La mayoría de esas empresas tienen entre 10 y 50 empleados. La más grande es Atom, el banco basado en aplicaciones, que cuenta con alrededor de 470 empleados. Muchas de las organizaciones trabajan en sectores como la tecnología y el *marketing*. Pero, sin duda, varias están dirigidas por jefes como Nelmes, que están convencidos de que este es el camino del futuro y que son, sobre todo, jóvenes. Sus ideas podrían perdurar mucho más de lo que podríamos creer. **FT**



José Carlos Andrade, Gerente General de Arcos Dorados Perú.



Juan Luis Laghi, CFO de Tasa.

ROUNDTABLE

SOSTENIBILIDAD EN EL C-LEVEL

En un contexto donde el reporte de indicadores y la eficiencia operativa se han convertido en el norte de las grandes empresas, las estrategias de sostenibilidad afrontan un mayor escrutinio por parte de la alta dirección.

Hoy, los *sponsors* de la sostenibilidad corporativa deben ser capaces de aterrizar en KPIs el impacto de estas iniciativas, lo cual jugará a su favor al momento elevar dichas propuestas al CEO o CFO de la compañía.

Con esa premisa sobre la mesa, SEMANAeconómica realizó el II Club de la Sosteni-

bilidad, con el apoyo de BBVA, Komatsu - Mitsui, Arcos Dorados y Urbanova. Este espacio fue un *roundtable* exclusivo que reunió a un grupo de 11 líderes empresariales, integrado por gerentes de sostenibilidad, gerentes financieros y gerentes generales.

Durante la conversación, los ejecutivos compartieron sus principales inquietudes y experiencias en torno a la importancia de alinear los objetivos ESG con la estrategia de negocio de la empresa, y también advirtieron la necesidad de trabajar de forma intrasectorial para acelerar el cumplimiento de dichas metas. ■



Pietro Solari, Country Manager de Gallagher Perú.



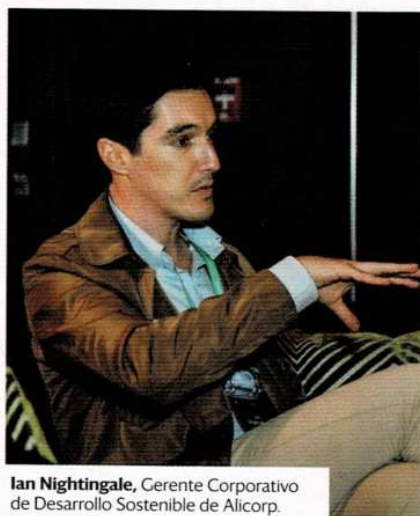
Claudia Bustamante, Gerente Central de Sostenibilidad y Relaciones con inversionistas de Cementos Pacasmayo.



Mirtha Rodríguez, Directora Corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad de Komatsu - Mitsui.



Raúl Ugarte, CFO de SIDERPERU.



Ian Nightingale, Gerente Corporativo de Desarrollo Sostenible de Alicorp.



Jill Khoury, Líder de Sostenibilidad para BBVA en Perú.



Joanna Wieland, Gerente de Sostenibilidad y Procesos de Urbanova.



Jean Carlo Martínez, Procurement & Sustainability Director de Backus.



Reinaldo Serra, Gerente Corporativo de Asuntos Públicos de Grupo Gloria.

GABINETE MINISTERIAL

Tras bambalinas de una reforma fallida

El súbito giro de timón visto en la postura del Ejecutivo sobre la reforma de APP escondería una historia de tensión y pugnas al interior del gabinete, en la cual el nuevo titular del MEF logró imponerse.

El desarrollo de proyectos de infraestructura mediante la modalidad de acuerdos de Gobierno a Gobierno (G2G) ha vuelto a ser la principal prioridad de la presidencia de Dina Boluarte y de la gestión del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), ahora bajo el mando de Raúl Pérez-Reyes. Ello como parte de un repentino giro de timón del gobierno —puesto en evidencia al observar la autógrafa de la ley de reforma de las Asociaciones Público-Privadas (APP)—, que viene precedido por una serie de desavenencias entre carteras clave del Gabinete Ministerial, de las cuales pudo tener conocimiento SEMANAeconómica a través de distintas fuentes involucradas en estas.

El sector privado, mediante la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN), fue un activo promotor de la reforma de APP en el Legislativo. El 9 de mayo, la autógrafa llegó al Ejecutivo. Allí, recibió la opinión favorable de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), ProInversión y el MEF. Esta última cartera, entonces liderada por José Salardi, había reiterado su interés por encumbrar a la agencia y convertirla en el ente rector del sistema (SE1951).

Sin embargo, el lunes 12 de mayo, cuando la masacre de 13 personas en Pataz ponía en duda la continuidad de Gustavo Adrianzen como titular de la PCM, la Oficina General de Asesoría Jurídica del MTC —entonces liderado por el ministro Pérez-Reyes— remitió una carta al MEF. El MTC argumentaba que la autógrafa vulneraba sus competencias, pues le daba a ProInversión el poder de decidir qué proyectos serían ejecutados por APP, cuando la cartera era la entidad competente para liderar y aprobar proyectos de infraestructura. Horas después de la entrega de la carta, Pérez-Reyes asu-

miría como sucesor de Salardi en el MEF.

El lunes 26, el flamante nuevo ministro se reuniría con representantes de la Administración Nacional de Ferrocarriles (NRA) de la República Popular China. De acuerdo con las fuentes a las que accedió esta revista, Pérez-Reyes manifestó su interés en llevar a cabo los seis proyectos de ferrocarriles anunciados en 2024 (SE1923), tras el viaje de la presidenta Boluarte a China. “Como la ley decía que ProInversión decidiría qué proyectos irían como APP, no se iban a poder realizar todos los ferrocarriles. El ministro tiene la prioridad de sacar sus G2G”, explica una fuente de alto nivel del MEF, sin autorización para declarar. El ministro Pérez-Reyes también planteó construir un tren que una a Brasil y Chancay. “El MTC tiene una cartera amplia de G2G, pero no hay capacidad presupuestal”, agrega la fuente antes citada, en alusión a un paquete de proyectos que el Estado difícilmente podría financiar sin afectar la regla fiscal (SE1923).

Con el cambio de rumbo, la nueva búsqueda del MEF pasó a ser el implementar un esquema de gobernanza que, más bien, le re-

ste peso a ProInversión. El ministro Pérez-Reyes ha anunciado que creará un consejo compuesto por ministros, que defina cuáles son los proyectos a realizarse por APP. Un cambio de visión que supondría una traba al avance de las APP, en beneficio del modelo de G2G.

Así, no sería la primera vez en la cual surgen tensiones entre ProInversión y el Ejecutivo. “El MEF considera necesario controlar los riesgos al presupuesto, pero ProInversión tiene una visión de ejecución de proyectos. Considera necesario tener más relevancia en sus lineamientos para sacarlos adelante”, afirma el ex director ejecutivo de ProInversión, Alberto Ñecco. Si bien Consejo Fiscal tiene una opinión similar, también ha remarcado que la reforma de APP no debe afectar el control presupuestal del MEF. “No es correcto que se anuncien proyectos y métodos de contratación sin una evaluación previa”, advierte el presidente del Consejo Fiscal, Alonso Segura. SEMANAeconómica buscó la participación del MEF en este informe, sin éxito hasta el cierre de la edición. (JM)

Para el MTC de Pérez-Reyes, la reforma de APP apoyada por Salardi afectaba sus competencias





CONSUMIDOR

CONTRATOS
BAJO LA LUPA

La Sala Especializada en Protección al Consumidor del Indecopi está adoptando criterios más severos al evaluar controversias en torno a contratos inmobiliarios. En una reciente resolución, la Sala analizó si la penalidad impuesta por una empresa inmobiliaria sobre una cliente era proporcional y puso bajo la lupa el monto de la penalidad acordado en el contrato. La cláusula fue declarada como

abusiva, a pesar de que la compradora había aceptado firmarla. "Ya no será suficiente que las cláusulas estén en el contrato, ahora solicitarían algún medio probatorio adicional", afirma Fiorrella Zumaeta, socia de Miranda Amado Abogados.

El nuevo criterio refuerza la obligación de las empresas del sector inmobiliario – el segundo más sancionado por Indecopi (SE1963) – de tomar mayores precauciones para evitar sanciones y riesgos legales. El caso que originó la decisión involucra a una cliente que denunció a una inmobiliaria por aplicarle

una penalidad del 30% del valor total del terreno, tras desistir de seguir con la compra.

La Comisión de Protección al Consumidor no halló infracción por parte de la empresa, pero la Sala sí consideró que la penalidad era desproporcionada. "El Indecopi ingresa a actividades contractuales de privados. Y lo hace en muchos aspectos, pero uno al que no puede ingresar es el precio. Sí puede establecer ciertas limitaciones a la libertad contractual, pero no suele y no puede limitar la libertad de precios", dice Robert Venero, socio de Díez Canseco.

La agencia también concluyó que la cliente no fue debidamente informada sobre la penalidad, pese a que figuraba en el contrato. "La resolución considera que debió existir una declaración jurada", precisa Verónica Vergaray, socia

de Philippi Prietocarrizosa Ferro DU & Uría.

El criterio introduce un nuevo estándar al sostener que la firma del contrato no acredita el conocimiento pleno de sus cláusulas, a pesar de que se trata de un sector en el que el comprador sí toma conocimiento de las condiciones, ya que suele haber negociaciones previas. "No son cláusulas tipo, como en el sector bancario", dice Rafael González, gerente de Gestión Inmobiliaria de BDO Perú.

Frente a esta decisión, las inmobiliarias podrían incorporar nuevas obligaciones contractuales, como medidas de validación

"Ya no será suficiente que las cláusulas estén en el contrato"

adicional o cambios en los procesos de información previa. "Podrían realizar una fase previa de información donde se firmen declaraciones juradas", considera Alex Sosa, socio del Estudio Muñiz (TOT)

MARCO LEGAL

Incertidumbre bancaria
garantizada

Miguel Viale,
Socio de CMS Grau

La nueva Ley de Garantías Mobiliarias acarrea serios riesgos para el sector financiero y las pymes. Y requiere una urgente revisión.

La nueva Ley de Garantías Mobiliarias, vigente desde marzo, genera serios e inadvertidos riesgos para las empresas del sistema financiero. Y es que, aunque busca facilitar el acceso al crédito para las pymes, esta contiene inconsistencias que debilitan la confianza de los acreedores.

La norma crea una plataforma digital llamada SIGM, que publica las garantías sobre bienes muebles, sin necesidad de que haya una calificación registral o una intervención notarial. Se trata de un cambio que, en teoría, apuesta por la transparencia, la modernidad y la eficiencia. Pero el problema aparece cuando un mismo bien dado en garantía tiene varios acreedores.

Antes, la regla era clara: el que registraba primero su garantía sobre el bien tenía el "mejor derecho". La nueva ley, sin embargo, establece una diferencia entre garantías

con y sin posesión. Así, le otorga prioridad al acreedor que tomó posesión del bien otorgado en garantía, en perjuicio de cualquier otro acreedor e incluso de aquel que publicó primero su garantía en la plataforma SIGM. Esto genera la existencia de dos sistemas paralelos: uno transparente y digital (SIGM), y otro opaco y propenso a disputas (posesión).

Para los bancos el riesgo es serio. Pueden revisar el SIGM, verificar que un bien no fue dado en garantía y otorgar un crédito para que, luego, aparezca otro acreedor con una garantía mobiliaria asegurando que tenía la posesión del bien, sin haber registrado su garantía. La nueva norma privilegiará a ese acreedor en posesión, en perjuicio del banco.

Esta incertidumbre acarrea dos efectos para los bancos: se aseguran elevando las tasas o exigiendo garantías adicionales. Y las primeras afectadas serán las pymes, ya que, si las garantías mobiliarias dejan de ser confiables, se rompe el puente entre los activos de una empresa y su capacidad de financiamiento.

Hoy, resulta urgente corregir para no quebrar la confianza del sistema en las garantías, preservar la seguridad jurídica y cumplir la promesa de brindar acceso al crédito. ■

SE

MUSEO DE ARTE
CONTEMPORÁNEO · MAC
19 DE JUNIO
9:30AM A 1PM

1ER SUMMIT DE FELICIDAD CORPORATIVA

¿Qué tan felices
somos los ejecutivos
peruanos?

CON EL RESPALDO DE MARCAS
QUE INSPIRAN BIENESTAR


RIMAC

pluxee

Pacasmayo 

ESCANEA EL QR
Y ADQUIERE
TU ENTRADA



Con la participación de:



**Juan Fernando
Correa**

Presidente de
Peruanos por
Peruanos y ex
Gerente General del
Grupo Falabella en
el Perú



**Estefanie
Martens**

Happiness Trainer y
Docente Adjunta en
Estudios de Felicidad
de Centenary
University (EE.UU.)



**Ale
Llosa**

Founder & CMO of
KO Group



**Sebastián
Bustamante**

Asociado de Aurum
Consultoría
y Mercado



**Sebastián
Ausin**

Country Manager de
Buk Perú



**Andrés
Postigo**

Asociado de Aurum
Consultoría
y Mercado



**Eyaline
Rodriguez**

Directora de Marketing
de Pluxee



**José Carlos
Pestana**

Vicepresidente de
Marketing y Estrategia
de Rimac



**Breny
Falconi**

Superintendente de
Cultura y Experiencia
del Colaborador de
Cementos
Pacasmayo



ALIADOS:



SEMANAeconómica

ESPECIAL

TOP CEO

Los 25 CEO más rentables de SEMANAeconómica

La más reciente Encuesta de Gerente Generales, elaborada por Ipsos

Los escenarios que trazan los líderes del país para los 12 meses clave que están por venir

Cierre de publicidad

2 de julio

Fecha de publicación

6 de julio



Contacto comercial:
publicidad@se.pe